

**RED DE UNIVERSIDADES INDIGENAS,  
INTERCULTURALES Y COMUNITARIAS DE  
ABYA YALA RUIICAY**

**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES  
AUTÓNOMAS DE LA  
COSTA CARIBE NICARAGÜENSE  
URACCAN**



Informe Final del CCRISAC

**LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA DE LA  
RADIO ILUMÁN Y SU INCIDENCIA EN LA  
SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA**

Para optar al grado de:

Master en Comunicación Intercultural con Enfoque de  
Género

**AUTORA:**

Maribel Elizabeth Chimbo Mayancela

**TUTOR:**

Dr. Luis Fernando Sarango Macas

Bluefields-Nicaragua, Septiembre 2016

## **Carta de Certificación de Dirección de Tesis**

El Suscrito **LUIS FERNANDO SARANGO MACAS**, con **C.I. 1102133186**, en calidad de tutor del CCRISAC de la Maestría Internacional de Comunicación Intercultural con Enfoque de Género, impulsada por la Red de Universidades Indígenas Interculturales y Comunitarias de Abya Yala – RUIICAY y acreditada por la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense – URACCAN.

### **CERTIFICA:**

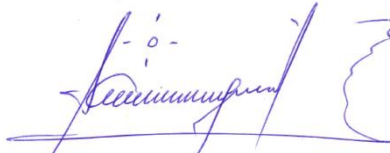
**Que ha dirigido los siguientes trabajos:**

<b>TÍTULO:</b>	<b>LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA DE LA RADIO ILUMÁN Y SU INCIDENCIA EN LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA</b>
<b>ESTUDIANTE ORIENTADA:</b>	Elizabeth Chimbo
<b>TIPO:</b>	Maestría
<b>PROGRAMA ACADÉMICO:</b>	<b>Maestría Internacional en Comunicación Intercultural con Enfoque de Género</b>
<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>	16 de septiembre del 2016
<b>PRINCIPALES ACTIVIDADES:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Revisión de la tesis en forma individual, de carácter presencial.</li><li>2. Trabajo a través del correo electrónico, para la revisión de la tesis.</li><li>3. Corrección de cada uno de los capítulos de la tesis.</li><li>4. Orientaciones de tipo conceptual.</li><li>5. Aclaraciones sobre las formas de redacción de la tesis.</li></ol>

Lo anterior, dando cumplimiento a lo estipulado tanto en la metodología adoptada por la RUIICAY y el protocolo de presentación de trabajo final para la obtención del título de **Master en Comunicación Intercultural con Enfoque de Género**.

Esta certificación se firma el 16 de septiembre del 2016.

Atentamente,



Dr. Luis Fernando Sarango Macas  
C.I.1102133186  
**TUTOR DE LA TESIS**

## **Dedicatoria**

A los integrantes de la Asociación de Jóvenes Kichwa de Imbabura –AJKI y sus directivos de la Radio Ilumán, que me han dado la oportunidad y la confianza de poder realizar este trabajo y ayudarme con la información que he requerido durante toda la investigación.

A mis adorados padres, por todo lo que me han dado en esta vida, especialmente por sus sabios consejos y por estar a mi lado en los momentos más difíciles de mi vida.

A mi amado hijo Atik, quien ha sido mi mayor fuerza, inspiración y motivación para la elaboración de este arduo trabajo.

A mis hermanitas María y Marianita quienes me acompañaron siempre en los momentos buenos y malos durante esta investigación.

A mis apreciados hermanos, Juan José, Jesús, Mercy, Luis, Rafael, Jorge, César y Margarita, que siempre han estado dispuestos a escuchar, ayudar y sobre todo se han convertido en mis mejores amigos.

**Elizabeth Chimbo M.**

## **Agradecimiento**

Antes que todo, agradezco a la Pacha Mama y Pachakamak por darme las energías suficientes en los momentos que más necesité y por llenarme de dicha durante toda mi vida.

Agradezco a los compañeros de la Pluriversidad Amawtay Wasi, quienes confiaron en mis capacidades y me dieron la oportunidad de poder realizar ésta maestría.

Agradezco a la Agencia Noruega de Cooperación al Desarrollo (NORAD) por financiar esta maestría.

Agradezco a todas las personas de la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense, por su atención y amabilidad en todo lo referente a mi vida como estudiante de maestría.

Agradezco a la gente de la Radio Ilumán y su audiencia, por brindarme la oportunidad de conocer y convivir su realidad, lo que me ha permitido compartir aprendizajes, saberes, actitudes desde la óptica comunitaria.

Agradezco a mi tutor Dr. Luis Fernando Sarango, por su paciencia, dedicación, motivación, criterio y aliento. Ha sido un privilegio poder contar con su guía y ayuda.

Agradezco al MSc. Bolívar Yantalema, quien con sus conocimientos y su experiencia metodológica me apoyó durante la realización de este cultivo y crianza de sabidurías y conocimiento.

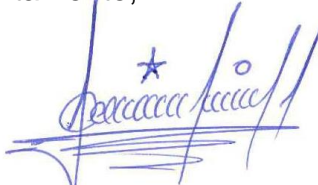
Agradezco a todos mis amigo/as, a quienes de una u otra manera, desde sus fortalezas han contribuido en la cristalización de éste trabajo de mucha perseverancia.

**Elizabeth Chimbo M.**

### **Declaración de Autoría:**

Ante las Autoridades de la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense URACCAN y la Red de Universidades Indígenas, Interculturales y Comunitarias de Abya Yala RUIICAY, declaro que el CCRISAC titulado **“La Comunicación Comunitaria de la Radio Ilumán y su Incidencia en la Sostenibilidad Económica”**, presentada como requisito de graduación para la Maestría Internacional de Comunicación Intercultural con Enfoque de Género, es original, de mi autoría y responsabilidad.

Atentamente,



Elizabeth Chimbo

CC. 1716312721

## Índice de contenidos

Carta de Certificación de Dirección de Tesis .....	ii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento.....	v
Declaración de	
Autoría:.....	viii
CAPÍTULO I.....	21
1.1 Introducción.....	21
1.2 El problema.....	24
1.3 Justificación.....	30
1.4 Propósito .....	32
1.4.1 General.....	32
1.5 Camino del CCRISAC utilizado.....	34
1.5.1 Camino vivencial simbólico relacional.....	34
1.5.2 Operacionalización de variables .....	40
1.5.3 Determinación de la muestra de estudio.....	41
CAPITULO II.....	48
Fundamentación teórica de las sabidurías y	
conocimientos.....	48
2.1 Ambito de Indentidad y Geográfico de Radio	
lumán.....	48
2.1.1 El Pueblo Otavalo.....	49
2.1.2 Contón Cotacachi.....	57
2.1.3 Cantón Otavalo.....	60
2.1.4 Cantón Antonio Ante.....	62
2.2.5 Cantón San Miguel de Urcuquí.....	64
2.2. La CONAIE en el Fortalecimiento de los Pueblos	
Indígenas del Ecuador.....	66
2.3. Interculturalidad y Comunicación Intercultural.....	73
2.4. La Comunicación Comunitaria.....	89
2.5. La Comunicación Indígena y Comunitaria.....	93



2.6. La Radio Comunitaria.....	98
2.6.1. La Radio Comunitaria en America Latina.....	99
2.6.2. La Radio Comunitaria en el Ecuador.....	107
2.6.2.1. Antecedentes.....	107
2.6.2.2. Asociación de Medios Comunitarios en Ecuador.....	110
2.6.2.3. La Situación Actual.....	112
2.6.3. Características de la Radio Comunitaria.....	113
2.6.4. Sostenibilidad de la Radio Comunitaria.....	121
2.6.5. Programación Radiofónica.....	129
2.6.5.1. Modelos de Programación .....	129
2.6.5.2. Ciclos de Progración Radiofónica..	131
2.6.5.3. Parrilla de Programación .....	135
2.6.5.4. Titulando los Programas.....	136
2.6.5.5. Investigación en Programación ....	138
CAPITULO III .....	140
La Radio Ilumán desde la versión de sus actores.....	140
3.1 Historia de la Radio Ilumán.....	140
3.2. Formas de producción de contenidos de los programas en la Radio Ilumán.....	145
3.2.1 Formas de Pre-producción.....	145
3.2.2 Formas de Producción.....	150
3.2.3 Formas de Post-producción.....	151
3.3 Pertinencia de los contenidos de los programas ..	153
3.3.1 Pertinencia cultural y lingüística.....	153
3.3.2 Pertinencia social.....	164
3.4 Veracidad, objetividad y coyuntural(oportuna) de los contenidos y programas.....	166
3.5 Sostenibilidad económica comunitaria.....	169
3.5.1 Sostenibilidad social y comunitaria.....	169
3.5.2 Sostenibilidad Económica.....	174
CAPITULO IV .....	180

La Radio Ilumán desde la versión de la audiencia.....	180
4.1 Distribución de encuestados por edades, parroquias y cantones.....	180
4.1.1 Cantón Cotachachi.....	181
4.1.1.1 Audiencia por parroquias.....	181
4.1.1.2 Sintonía de otras frecuencias radiales.....	183
4.1.1.3 Audiencia por ocupación.....	184
4.1.1.4 Audiencia por niveles de estudios.....	186
4.1.1.5 Audiencia por Identidad.....	187
4.1.2 Cantón Otavalo.....	188
4.1.2.1 Audiencia por parroquia.....	188
4.1.2.2 Sintonía de otras frecuencias radiales.....	190
4.1.2.3 Audiencia por ocupación.....	191
4.1.2.4 Audiencia por niveles de estudios.....	193
4.1.2.5 Audiencia por Identidad cultural.....	194
4.1.3 Cantón Antonio Ante.....	195
4.1.3.1 Audiencia por parroquias .....	195
4.1.3.2 Sintonía de otras frecuencias radiales.....	196
4.1.3.3 Audiencia por ocupación.....	198
4.1.3.4 Audiencia por niveles de estudios.....	200
4.1.3.5 Audiencia por Identidad.....	201
4.1.4 Cantón Urcuquí.....	202
4.1.4.1 Audiencia por parroquias.....	202
4.1.4.2 Sintonía de otras frecuencias radiales.....	204
4.1.4.3 Audiencia por ocupación.....	205
4.1.4.4 Audiencia por niveles de estudios.....	206
4.1.4.5 Audiencia por Identidad cultural.....	207
4.1.5 Generalización de los promedios de ocupación, educación, identidad cultural y otras frecuencias escuchadas dentro de los cuatro cantones de la audiencia de la radio Ilumán .....	209

4.1.5.1 Promedio de los niveles de ocupación de la audiencia en los cantones: Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí.....	209
4.1.5.2 Promedio de los niveles de formación académica de la audiencia en los cantones: Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí.....	212
4.1.5.3 Identidad cultural de la audiencia en los cantones: Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí.....	213
4.1.5.4 Otras emisoras escuchadas por la audiencia en los cantones: Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí.....	214
4.2 Características de la Comunicación Comunitaria en la Radio Ilumán.....	217
4.2.1 Pertinencia Cultural y Lingüística.....	217
4.2.1.1 Niveles de participación de actores comunitarios en la difusión de los programas de la radio Ilumán.....	217
4.2.1.2 Niveles de difusión de las prácticas y saberes comunitarios.....	219
4.2.1.3 Contribución de los programas de la radio Ilumán en el fortalecimiento de la identidad cultural de la audiencia.....	220
4.2.1.4 Niveles de difusión de los programas radiales en idioma kichwa.....	222
4.2.1.5 Generalización de los niveles de pertinencia cultural y lingüística de los programas de la radio Ilumán en los cuatro cantones de su cobertura.....	223
4.2.2 Pertinencia social.....	225
4.2.2.1 Niveles de difusión de programas Informativos.....	226

4.2.2.2 Niveles de difusión de programas de opinión	227
4.2.2.3 Niveles de difusión de programas educativos y culturales	229
4.2.2.4 Niveles de difusión de programas de entretenimiento	230
4.2.2.5 Niveles de difusión de programas deportivos	232
4.2.2.6 Niveles de difusión de cuñas comerciales publicitarias	235
4.2.2.7 Niveles de difusión de acontecimientos comunitarios inesperados	237
4.2.2.8 Niveles de contribución de los programas en el cambio de comportamiento positivo de la audiencia	238
4.2.2.9 Niveles de contribución de los programas en el desarrollo comunitario	240
4.2.2.10 Generalización de los niveles de pertinencia social de los programas de la radio Ilumán en los cuatro cantones de su cobertura	242
4.2.3 Veracidad, objetividad y coyunturalidad	244
4.2.3.1 Niveles de credibilidad de la información difundida por la radio Ilumán	244
4.2.3.2 Niveles de apoyo de la radio a la comprensión de asuntos o temas de interés local y nacional	246
4.2.3.3 Generalización de los niveles de Veracidad, objetividad y coyunturalidad	247
4.2.4 Sostenibilidad social y comunitaria	248
4.2.4.1 Niveles de apropiación y empoderamiento hacia la radio Ilumán	249

4.2.4.2 Niveles de contribución de las últimas normativas nacionales al fortalecimiento de la radio Ilumán.....	251
4.2.4.3 Generalización de los niveles de sostenibilidad social y comunitaria.....	253
4.2.5 Sostenibilidad Económica.....	255
4.2.6 Sostenibilidad programática.....	256
4.2.6.1 Programas más escuchados por la audiencia de la Radio Ilumán.....	257
4.2.6.2 Sugerencias de otros contenidos y de nuevos programas por los oyentes de la Radio Ilumán.....	260
4.2.6.3 Horarios de mayor escucha por la audiencia de la Radio Ilumán.....	261
CAPITULO V .....	263
Conclusiones y Recomendaciones.....	263
5.1 Conclusiones.....	264
5.2 Recomendaciones.....	274
CAPITULO VI .....	280
Propuesta del CRISACC.....	280
6.1 Fundamentación.....	280
6.2. La propuesta.....	283
6.3 Marco Lógico.....	288
6.4 Cronograma de actividades.....	298
6.5 Presupuesto.....	316
6.6 Criterios para la evaluación.....	317
FUENTES.....	319
Glosario.....	327
327	
Anexos.....	329
Anexo 1. Preguntas generadoras para el conversatorio.....	329
Anexo 2. Encuesta.....	332
Anexo 3. Aval Radio Ilumán.....	333



## Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	41
Tabla 2 Número de habitantes por intervalos de edad.....	43
Tabla 3 Determinación de número de encuestas en proporción a la población.....	45
Tabla 4 Número de encuesta a aplicarse en los cantones, según % hombre y mujeres.....	46
Tabla 5 Programación General de la Radio Ilumán.....	157
Tabla 6 Ingresos de la Radio Ilumán correspondiente al año 2015.....	175
Tabla 7 Costos de operación anual de la Radio Ilumán..	176
Tabla 8 Costos de Operación anual subvencionados....	179
Tabla 9 Encuestados por edades y por parroquias del cantón Cotacachi.....	182
Tabla 10 Encuestados por edades y por parroquias del cantón Otavalo.....	188
Tabla 11 Encuestados por edades y por parroquias del cantón Antonio Ante.....	195
Tabla 12 Encuestados por edades y por parroquias del cantón Antonio Ante.....	203
Tabla 13 Niveles porcentuales de ocupación de la audiencia de la radio Ilumán.....	209
Tabla 14 Nivel de estudio de la audiencia de la radio Ilumán.....	212
Tabla 15 Identidad Cultural de la audiencia de la radio Ilumán.....	213
Tabla 16 Otras emisoras escuchas por la audiencia a más de la Radio Ilumán.....	214
Tabla 17 Niveles de pertinencia cultural y lingüística de los cuatro cantones.....	223

Tabla 18 Niveles de pertinencia social de los cuatro cantones.....	242
Tabla 19 Niveles de Veracidad, objetividad y coyunturalidad.....	247
Tabla 20 Niveles de sostenibilidad social y comunitaria..	253

## **Índice de Gráficos**

Gráfico 1. Preferencia por otras emisoras radiales.....	183
Gráfico 2. Audiencia por ocupación.....	185
Gráfico 3. Niveles de estudio de la audiencia.....	186
Gráfico 4. Identidad de la audiencia.....	187
Gráfico 5. Otras frecuencias escuchadas general.....	190
Gráfico 6. Ocupación.....	192
Gráfico 7. Niveles de estudio de la audiencia.....	193
Gráfico 8. Identidad general.....	194
Gráfico 9. Otras frecuencias sintonizadas por la audiencia.....	197
Gráfico 10. Ocupación.....	199
Gráfico 11. Niveles de estudio de la audiencia.....	200
Gráfico 12. Auto-identificación de la audiencia.....	202
Gráfico 13. Otras frecuencias sintonizadas por la audiencia.....	204
Gráfico 14. Ocupación de la audiencia.....	206
Gráfico 15. Niveles de estudio de la audiencia.....	207
Gráfico 16. Auto-identificación de la audiencia.....	208
Gráfico 17. Fortalecimiento de la identidad cultural.....	221
Gráfico 18. Programas radiales difundidos en kichwa....	222
Gráfico 19. Nivel de difusión de programas informativos.	226
Gráfico 20. Nivel de difusión de programas opinión.....	228
Gráfico 21. Niveles de difusión de programas educativos y culturales.....	229



Gráfico 22. Nivel de difusión de programas de Entretenimiento.....	231
Gráfico 23. Niveles de difusión de programas deportivos.....	233
Gráfico 24. Nivel de difusión de cuñas comerciales publicitarias.....	235
Gráfico 25. Niveles de difusión de acontecimientos comunitarios inesperados.....	237
Gráfico 26. Nivel de contribución de los programas en el comportamiento positivo de la audiencia.....	239
Gráfico 27. Nivel de contribución de los programas en el desarrollo comunitario.....	240
Gráfico 28. Niveles de credibilidad de la información difundida.....	244
Gráfico 29. Nivel de apoyo de la radio a la comprensión de asuntos o temas de interés local y nacional.....	246
Gráfico 30. Niveles de apropiación y empoderamiento hacia la Radio Ilumán.....	249
Gráfico 31. Niveles de contribución de las normativas nacionales al fortalecimiento de la Radio Ilumán.....	252
Gráfico 32. Programas más escuchados por la audiencia.....	257
Gráfico 33. Horarios que acostumbre escuchar a la audiencia.....	261

## **CAPÍTULO I**

### **1.1. Introducción**

El Cultivo y Crianza de Sabidurías y Conocimientos – CCRISAC, es el camino que seguiremos para, “reconocer y visibilizar las sabidurías de nuestros pueblos y nacionalidades de Abya Yala, para seguir reconstruyendo una episteme descolonizadora que nos comprometa con nuestros mayores, que nos fortalezca y nos alegre, que recorra la profundidad de nuestras comunidades despertando sabidurías, expresiones, conocimientos y prácticas” (RUIICAY – CCRISAC, p.5)

Y justamente, el presente documento muestra el recorrido que se hizo por la Comunidad San Juan de Ilumán, parroquia perteneciente al Cantón Otavalo de la Provincia de Imbabura, de la región andina del Ecuador, donde está ubicada la Radio Ilumán 96.7 FM, emprendimiento comunicativo comunitario regentado por la Asociación de Jóvenes Kichwas de Imbabura “AJKI”, que fue el espacio que nos ocupó en este estudio, iniciativa investigativa llevada adelante con el apoyo de sus principales promotores organizados en la AJKI, La Federación Indígena y Campesina de Imbabura FICI, el Cabildo de la Comunidad Ilumán y otros agentes organizativos y

culturales que se sumaron a emprender en este reto, a que las voces de los pueblos indígenas invisibilizados en el Ecuador, se escuche, para que la lengua originaria – Kichwa no deje de tener eco con la Pachamama, emitiendo ese mensaje de sabiduría, energía y amor, para que el pensamiento de nuestros mayores, expresados en la música, la vestimenta, los cuentos, las leyendas no pierdan presencia y vitalidad en el entramado mundo moderno occidental, para que los mayores de las comunidades expresen su sabiduría recreada al labrar la tierra, tejer los ponchos, realizar el trueque y el comercio de su producción. Y esta es la labor que viene desarrollando Radio Ilumán en el ámbito de su cobertura como son cuatro de los seis cantones de esta provincia: Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante y Urcuqui.

De norte a sur Imbabura es la segunda provincia de la Región Sierra del Ecuador, geográfica y políticamente dividida en seis cantones: Ibarra, Pimampiro, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante y Urcuqui; según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010, con una población de 398.244 habitantes, de los cuales el 54% son mestizos, 32% blancos, 9% indígenas, 2% negros y 2% otras etnias. En cuanto a población indígena, mayoritariamente pertenecen al Pueblo Otavalo, seguido

por Natabuelas, y una menor población de habitantes de otros pueblos ubicados en el extremo sur y norte de la misma, como son Cayambis y Carankis, todos ellos pertenecientes a la Nacionalidad Kichwa.

El trabajo por crear una radio comunitaria viene desde mediados de los años 90 del siglo anterior, justamente al calor de las luchas por los conflictos de tierras entre terratenientes, dueños de haciendas, propietarios privados con los indígenas que tornaban por el mantenimiento de las tierras comunitarias, buscaron una manera de poder extender estas preocupaciones a todos los interesados y afectados por las medidas que se pretendían implementar en contra de los pueblos, especialmente indígenas, los medios de información locales, no daban cabida a estas preocupaciones, no se generaba el espacio necesario para dar voz a sus problemas, retos y esperanzas. Sus referentes era el camino recorrido por otras iniciativas nacionales e internacionales vigentes en esos tiempos, como es la Radio Sutatenza en Colombia, Monseñor Leonidas Proaño, fundó en 1962 las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE), red que estaba conformada por algunas radios comunitarias enfocadas en la alfabetización, educación y evangelización de la Iglesia

Católica y otras iniciativas cercanas que se emprendían como la Radio Comunitaria Inti Pacha de Cayambe.

## **1.2. El problema**

Radio Ilumán lleva ya 16 años de trabajo, con la misión de “Promover y difundir la identidad cultural del pueblo kichwa en la Sierra Norte del Ecuador, contribuyendo a la recuperación y defensa de sus derechos, valores culturales y conocimientos ancestrales, a través del medio de comunicación - Radio Ilumán”.

¿Cuál es el ámbito de acción de Radio Ilumán?, en primera instancia es importante destacar que su trabajo se despliega dentro de un margen comunitario y esto está compuesto por tres sujetos sociales plenamente identificados desde al ámbito local, como es el Cabildo comunitario de San Juan de Ilumán, que es el primer foco de apoyo y motivador de esta iniciativa, desde donde surge también la AJKI – Asociación de Jóvenes Kichwas de Imbabura, por su parte la FICI – Federación de Indígenas y Campesinos de Imbabura, que a la vez es una organización de segundo grado filial al ECUARUNARI – organización regional de kichwas de la Sierra y a la CONAIE – organización nacional. Formando de esta manera un tejido sólido para el despliegue de un trabajo

que tiene tras de sí un amplio referente de lucha y una agenda programática que va desde lo local a lo nacional e internacional.

Cabe destacar que desde el inicio, si bien el proceso fue apoyado en diferentes ámbitos por la FICI y la organización comunitaria de Ilumán, la responsabilidad directa de la Radio le fue asignada a la AJKI, quien ha venido desarrollando todas las actividades técnicas y de gestión a fin de cumplir con fines para los cuales fue creada la radio, esto es realizar un trabajo comunicativo que permita el fortalecimiento de la identidad de los pueblos Kichwas del norte de Ecuador, de lo cual cabe también señalar a los destinatarios de los mensajes radiales, si bien es dirigido al público en general, el énfasis de su trabajo son justamente las comunidades indígenas, que en esta provincia mayoritariamente pertenecen al Pueblo Otavalo y Natabuela, sin embargo al sur y norte de Imbabura existen la presencia de otros pueblos como los Cayambi y Caranki, situación adecuadamente perfilado en la visión de la Radio: “Ser un medio de comunicación radial Kichwa de calidad con contenidos social, cultural y Educativo, para fortalecer el desarrollo social y comunitario”.

En este sentido es importante destacar que Radio Ilumán, al igual que otras radios indígena del Ecuador, como la Inti Pacha de Cayambe, por citar a la más cercana han venido desarrollando un trabajo pionero en el campo de la comunicación comunitaria e indígena, teniendo como objetivo la visibilización y fortalecimiento de los pueblos indígenas, cuestiones que son bien recogidas en los principios y articulados de la actual Ley Orgánica de Comunicación: “Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. (Art. 36). Situación que justamente fue recogido a luces de la actual Constitución Nacional, que en el Art. 1 establece la naturaleza del Estado: “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico”. Siendo esto el resultado de un largo proceso de lucha encabezada por la CONAIE, misma que es uno de los referentes organizativos de Radio Ilumán.

¿Pero de qué manera ha venido desplegando su trabajo comunicativo Radio Ilumán?, en primera instancia como se ha señalado la naturaleza de la Radio es Comunitaria con

énfasis en lo indígena, sobre lo cual cabe destacar los vaivenes de su implicancia. En primera instancia se destaca que antes del 2000 la radio sale al aire sin permiso de la instancia competente, con antenas colocadas mediante mingas por parte de la comunidad, trabajo desplegado mediante el aporte económico de las 3 organizaciones que dirigían el proceso. El Estado, representado por la entonces Superintendencia de Telecomunicaciones, deniega la autorización de salir al aire, por lo que incluso en 1999 emite una orden de allanar las instalaciones de la Radio a fin de cortar su transmisión. Sin embargo, la comunidad y la dirigencia que venía gestionando el proceso no declinaron en su empeño hasta finalmente en agosto del año 2000 lograr el permiso de difusión como Radio Comercial Rural.

Mientras se gestionaba la parte jurídica de la radio, a la par se construía la torre de la antena en un sitio estratégico para poder cubrir a las comunidades más cercanas, pero esta construcción demandaba de recursos económicos, siendo así como principio en los pueblos indígenas establece la minga- trabajo en común para el beneficio colectivo, reaccionan las tres organizaciones que estaban al frente de esta iniciativa, acordaron aportar en medio de sus posibilidades económicas, donde la AJIK apporto con



800 mil sucres, la Comunidad Illumán Bajo con 500 mil sucres y la FICI con 500 mil sucres. Tal construcción tardó mucho tiempo en culminar pero se logró gracias al trabajo colectivo de la gente.

Citando el mismo artículo de la referida actual ley de comunicación, en donde asume como el deber para los medios de comunicación a nivel nacional, para Radio Illumán la exigencia no pasaba de ser meramente ratificación de lo que ya venía haciendo desde sus inicios: “... Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio” (Art. 36).

Es importante la sintonía que actualmente tiene Radio Illumán en cuatro cantones de la Provincia de Imbabura: Otavalo, Cotachachi, Antonio Ante y Urcuquí. Su trabajo comunitario desde la cual operan tiene que ver con el empeño de vincular en la programación a las comunidades locales, buscando especialmente que los dirigentes, líderes sociales y culturales participen directamente del desarrollo

de la programación, desde la planificación hasta la puesta al aire del programa. Su principal recurso de ingreso representan los valores que corresponden a las cuñas radiales, sin embargo, las mismas no tienen el valor comercial que compete, sino valores referenciales, por lo que si bien, existe un significativo número de anuncios y cuñas radiales, sin embargo, no son la fuente de ingresos mayores; una segunda línea de trabajo que representa a la par de ser un programa muy sintonizado, que compromete comunitariamente y fortalece la identidad de los participantes y oyentes, son los encuentros y festivales artísticos, en donde perciben ingresos por las entradas a los mismos. Son aspectos que motivan la realización del presente trabajo investigativo. La Radio Ilumán no recibe ingresos económicos por parte del Estado, la implicancia como medio de comunicación comunitario no le compromete directamente al Estado brindar un estimado apoyo económico de tal manera que les permita realizar un trabajo con mayor disponibilidad de tiempo de entrega a la Radio, ya que directivos y técnicos por su trabajo no reciben la remuneración reglamentaria que corresponde al ramo. Por otro lado recibir ingresos por anuncios o cuñas radiales de grandes empresas, implica como lo manifiestan sus directivos y promotores que dar a expensas de difundir

contenidos que vulneran los principios y objetivos de la radio, como son el respeto por los derechos de la Naturaleza, igualdad de géneros, soberanía y seguridad alimentaria, entre los principales. Sin embargo, queda el reto de buscar las formas de dar continuidad a la Radio y mejorar la calidad de los programas radiales, de tal manera que se presenta lo siguiente como problema para emprender el presente trabajo.

¿De qué manera la Radio Ilumán lograría tener adecuados niveles de sostenibilidad económica sin perder la naturaleza de su creación, como medio de comunicación comunitaria, enfocada a fortalecer la identidad cultural del pueblo Kichwa de la Sierra norte del Ecuador?

### **1.3. Justificación**

En los contextos nacionales, que históricamente han marcado desigualdad social, económica y cultural, estudiar la filosofía y las actividades de la Radio Ilumán recobra importancia para visibilizar la cultura y vivencia de los pueblos desde una comunicación comunitaria.

Frente a la avalancha de la propuesta cultural que quiere una sola forma de vivir y de ser, desde modelos

occidentales es necesario investigar formas locales de luchas para reivindicar los espacios culturales identitarios y las formas de vivir, como los pueblos Kichwas han poseído milenariamente. Es en este punto que el estudio de una experiencia comunicativa kichwa de la Sierra Norte del Ecuador, se convierte en una posibilidad de mirar caminos de nuevas formas de comprender y encontrar sentidos a la Comunicación Comunitaria y la Radio Comunitaria como tal.

Pues los detractores de la Comunicación Comunitaria siempre están preguntando, pero desde su lógica: ¿Existe en el Ecuador Comunicación Comunitaria y Radios Comunitarias?. Y es que, el fondo del asunto, no es solamente encontrar respuesta a estas interrogantes, es dejar claro que este espacio es un derecho contemplado en la Constitución y en los instrumentos internacionales como el Convenio No. 169 de la OIT y la Declaración de la ONU, sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas.

Tomando en cuenta los derechos adquirido a nivel nacional e internacional, es vital generar proyectos comunicativos comunitarios viables económicamente.

Pero la realidad nos muestra que las radios comunitarias generalmente son proyectos sin sostenibilidad económica.

De ahí que una investigación sobre formas y propuestas de fortalecimiento organizativo, programático y económico justifique una investigación como la que queremos realizar.

Para la actual coyuntura sería de mucho beneficio especialmente para las organizaciones indígenas de base, que poseen radios vinculadas a la vida diaria de los pueblos originarios a nivel nacional tener un estudio que haga relación con la Comunicación Comunitaria desde una radio fundada y dirigida desde el pensamiento de los pueblos originarios como es la Radio Ilumán.

#### **1.4. Propósito**

##### **1.4.1. General:**

Analizar las características que definen la comunicación comunitaria de la Radio Ilumán y su incidencia en la sostenibilidad económica, a fin de proponer estrategias para su fortalecimiento organizacional y programático.

##### **1.4.5. Específicos:**

- Identificar los elementos que caracterizan la comunicación comunitaria promovida por la Radio Ilumán y su incidencia en el fortalecimiento de la

identidad cultural de las comunidades ubicadas en el área geográfica de su cobertura.

- Analizar la sostenibilidad económica de la radio Ilumán manteniendo el carácter de la comunicación comunitaria.
- Elaborar una propuesta que contribuya al fortalecimiento de la comunicación comunitaria y la sostenibilidad económica de la Radio Ilumán.

## **1.5. Camino del CCRISAC utilizado**

### ***1.5.1. Camino vivencial simbólico relacional.***

En el marco de la aplicación de la presente Maestría en Comunicación Intercultural con Enfoque de Género se recoge como camino a seguir para el desarrollo de los trabajos de investigación o tesis de grado, el conjunto de reflexiones y consensos efectuados por parte de los facilitadores y sabios de los centros involucrados, cuya memoria sistematizada se denomina Cultivo y Crianza de Sabidurías y Conocimientos – CCRISAC, mismo que,

Es fruto de un proceso participativo, construido colectivamente y articulado en el contexto de la Red de Universidades Indígenas, Interculturales y Comunitarias de Abya Yala, (RUIICAY). En su construcción han participado la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense URACCAN de Nicaragua, Universidad Autónoma Indígena Intercultural UAIIN de Colombia, Pluriversidad AMAWTAY WASI de Ecuador, iluminados por nuestros taitas y nuestras mamas, abuelas y abuelos, ancestros y espíritus de la Pachamama-Madre Tierra. (CCRISAC, 2015, p. 05)

Avance importante en el plano de revisión de procesos metodológicos de investigación propia que alimenta el acervo académico de los procesos de visibilización surgida desde los Pueblos Originarios de Abya Yala.

Principalmente el documento recoge las propuestas metodológicas de las tres universidades, camino con los cuales han venido sembrado y cosechando sabidurías. En lo que se refiere a la Pluriversidad Amawtay Wasi, hemos realizado el presente trabajo mediante la aplicación del Método Vivencial Simbólico Relacional, metodología de aprendizaje e investigación que venía siendo aplicado por la Universidad Intercultural Amawtay Wasi, ahora Pluriversidad Amawtay Wasi.

Respectivamente y adoptando esta metodología el presente cultivo y crianza de sabidurías a recorrido los cuatro caminos determinados, como a continuación se detalla.

#### **A. Vivenciando y experienciando**

Corresponde al involucramiento vivencial y experiencial directo en la(s) comunidad(es) por parte del estudiante, lo que le permite a través de una observación profunda comprender desde adentro los problemas prioritarios que afectan al buen vivir comunitario y sobre los saberes propios que contribuyen y pueden contribuir a la solución de dichos problemas. (CCRISAC, 2015 p. 15)

El proceso se inicia con el diálogo con los representantes de Radio Ilumán, con quienes se revisa la situación de este



medio comunicativo, sus avances, retrocesos, se define la problemática a ser abordada con la que se presenta la propuesta de investigación, misma que es revisada y debidamente aprobada en sus estamentos correspondientes.

Seguidamente se socializa con los directivos y técnicos de la radio los instrumentos de indagación, consistente en una guía de conversatorios y una encuesta versada sobre las variables de investigación: Comunicación Comunitaria y Sostenibilidad económica comunitaria. Los cuales una vez definido la muestra a tomarse se procede a realizar la aplicación de las mismas, directamente en los referidos cuatro cantones, en los diferentes espacios comunitarios, ferias cantonales y la sede de la Radio Ilumán. Este trabajo de campo implicó una experiencia muy interesante en donde se logró recoger el punto de vista sobre la experiencia de hacer y escuchar esta Radio comunitaria.

## **B. Recuperando y reencantando**

Dentro de este momento, el estudiante hace un primer ejercicio de sistematización, reflexiona el problema y los saberes vivenciados y experimentados con la(s) comunidad(es) y analiza las opciones o caminos que tiene la comunidad para resolverlos a partir de sus saberes. Sobre la base de este proceso, el estudiante motiva la

recuperación, el fortalecimiento, uso y revalorización de esos saberes, es decir provoca su reencantamiento. La comunidad actúa como el permanente actor en la validación, exigiendo al estudiante que realice las correcciones necesarias a los saberes sistematizados, a fin de que guarde estrecha relación con la visión comunitaria, (Ibidem, p. 16)

Efectivamente, en esta parte del proceso se procede a realizar el primer ejercicio de sistematización, a partir de la información de campo recogida en los cuatro cantones, con informantes claves y funcionarios de la Radio; es de destacarse principalmente cómo colaboradores y técnicos de la Radio se sienten motivados por la información recogida, especialmente se comprueba los resultados de su trabajo, se cuestionan a la vez, así como se van determinando alternativas de solución al problema planteado, sobre las alternativas para mejorar la sostenibilidad económica de la misma; fue también una etapa para validar la sistematización realizada. Por otro lado parte del reencantamiento con estos insumos tiene que ver con la manera cómo se cotejó esta sistematización con la información recogida en la fase de elaboración del Marco Teórico, ha sido motivante mirar a Radio Ilumán como un actor más en la dinámica de levantamiento de medios de comunicación comunitarios también como

resultados de otros trabajos comunicativos nacionales e internacionales.

### **C. Significando y resignificando**

Comprende la sistematización, descripción detallada de los saberes propios derivados de los conversatorios, análisis comparativo con las diferentes teorías vinculantes, así como también la conceptualización, los procesos de nombrar-renombrar y significar-resignificar las categorías y contenidos de los saberes, prácticas, hechos, fenómenos y acontecimientos. Este momento es desarrollado principalmente por el estudiante con interacciones focalizadas con los miembros de la comunidad para lograr la consistencia de los aprendizajes sistematizados. (Ibidem)

En esta etapa, se realizó un proceso de análisis más detallado con la participación principalmente de los actores de la Radio Ilumán, a quienes se les ha presentado los resultados de la información recogida, tabulada y sistematizada, buscando de esta manera significar y resignificar el proceso comunicativo de esta radio comunitaria, dándole las correspondientes categorías que se ha visibilizado en el proceso, con lo cual se ha sacado las conclusiones y se ha procedido al siguiente paso.

### **D. Involucrándonos y comprometiéndonos**

Es el momento donde el estudiante se involucra nuevamente y se compromete con la comunidad en

la aplicación de lo aprendido, en experimentar y evaluar su valía, proponiendo y consensuando “emprendimientos comunitarios” concretos orientados a resolver el o los problema(s) abordados y a generalizar en la práctica los saberes resignificados. Para la continuidad de la gestión e implementación de la propuesta de emprendimiento, en este momento se produce un empoderamiento por parte de la comunidad. (Ibidem)

Fue un espacio interesante de reflexión a la luz de la problemática inicialmente planteada “¿De qué manera la Radio Ilumán lograría tener adecuados niveles de sostenibilidad económica sin perder la naturaleza de su creación, como medio de comunicación comunitaria, enfocada a fortalecer la identidad cultural del pueblo Kichwa de la Sierra norte del Ecuador?. Se reflexiona sobre experiencias y propuestas recogidas en el Marco Teórico; fue en espacio importante para mirar de qué manera otras radios comunitarias están logrando sobrepasar la problemática de la sostenibilidad del trabajo en este tipo de medio comunicativos comunitarios. De esta manera se presenta al final de presente trabajo la propuesta para Radio Ilumán, buscando sea un aporte para seguir con su comprometida labor en favor de revitalizar la identidad cultural de los pueblos Kichwas del Norte de Ecuador.

### ***1.5.2. Operacionalización de variable.***

Entendiéndose a la variable según Hernández, Fernández y Baptista (2010), como una “propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. De manera que entendemos como cualquier característica, propiedad o cualidad que presenta un fenómeno que varía, en efecto puede ser medido o evaluado”; en el presente cultivo y crianza de sabidurías y conocimientos, todo el proceso de análisis se realizó en dos etapas: 1) Conversatorios narrativos con los actores de la radio Ilumán, 2) Aplicación de encuestas a la audiencia de la radio Ilumán en sus cuatros cantones de cobertura; a partir de las variables, dimensiones e indicadores que se detallan en el cuadro contiguo; de los cuales se derivaron los instrumentos tanto para los conversatorios y para las encuestas.

**Tabla 1***Operacionalización de variables*

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Comunicación Comunitaria	Formas de producción de contenidos de los programas	Formas de Pre-producción Formas de Producción Formas de Post-producción
	Pertinencia de los contenidos de los programas	Pertinencia cultural y lingüística
	Confiabilidad y validez de los contenidos y programas de la radio en los oyentes	Pertinencia social  Veracidad, objetividad y coyunturalidad (oportuna) de los contenidos y programas
Sostenibilidad económica comunitaria.	Sostenibilidad económica comunitaria.	Sostenibilidad social y comunitaria Sostenibilidad Económica

---

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016

**1.5.3. Determinación de la muestra de estudio.**

Para el presente estudio se tomará tres rangos de edad: 19 a 30, 31 a 50 y mayores a 50, mismos que serán

abordados en los principales centros de reunión social como mercados, plazas de los cuatro cantones que comprende la sintonía de Radio Ilumán. Con respecto al segundo recurso de recolección de información, las entrevistas serán aplicadas en reuniones de conversatorios con los principales de la Radio, como técnicos, directivos y autoridades de las organizaciones comunitarias, que nos brincarán la información pertinente.

De acuerdo a la información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC -2010), la población o universo del sector rural de las parroquias que conforman los cantones del área de cobertura de la Radio Ilumán, se distribuye de acuerdo al detalle que consta en el siguiente cuadro.

**Tabla 2***Número de habitantes por intervalos de edad*

CANTONES	PARROQUIAS	INTERVALOS DE EDAD			Total
		De 19 a 30	De 31 a 50	de 50 más	
ANTONIO ANTE	ATUNTAQUI	357	422	268	1.047
	IMBAYA	208	315	209	732
	SAN FRANCISCO DE NATABUELA	996	1.363	1.024	3.383
	SAN JOSE DE CHALTURA	462	801	645	1.908
	SAN ROQUE	1.671	2.055	1.725	5.451
	<b>Subtotales</b>	<b>3.694</b>	<b>4.956</b>	<b>3.871</b>	<b>12.521</b>
COTACACHI	6 DE JULIO DE CUELLAJE	230	390	345	965
	APUELA	225	317	404	946
	COTACACHI	1.270	1.488	1.290	4.048
	GARCIA MORENO	795	980	784	2.559
	IMANTAG	643	869	947	2.459
	PEÑAHERRERA	195	334	475	1.004
	PLAZA GUTIERREZ	48	94	142	284
	QUIROGA	990	1.392	1.187	3.569
	VACAS GALINDO (EL CHURO)	82	131	171	384
	<b>Subtotales</b>	<b>4.478</b>	<b>5.995</b>	<b>5.745</b>	<b>16.218</b>
OTAVALO	DR. MIGUEL EGAS CABEZAS	758	985	931	2.674
	EUGENIO ESPEJO (CALPAQUI)	1.168	1.441	1.325	3.934
	GONZALEZ SUAREZ	1.007	1.186	883	3.076
	OTAVALO	1.800	2.435	2.571	6.806
	PATAQUI	42	58	95	195
	SAN JOSE DE QUICHINCHE	1.287	1.572	1.351	4.210
	SAN JUAN DE	1.420	1.703	1.373	4.496



	ILUMAN				
	SAN PABLO	1.545	2.044	1.803	5.392
	SAN RAFAEL	915	1.240	925	3.080
	SELVA ALEGRE	200	312	340	852
	<b>Subtotales</b>	<b>10.142</b>	<b>12.976</b>	<b>11.597</b>	<b>34.715</b>
	CAHUASQUI	246	340	523	1.109
	LA MERCED DE BUENOS AIRES				
		279	373	285	937
SAN MIGUEL DE URCUQUI	PABLO ARENAS	352	456	431	1.239
	SAN BLAS	498	594	662	1.754
	TUMBABIRO	233	314	414	961
	URCUQUI	295	397	342	1.034
	<b>Subtotales</b>	<b>1.903</b>	<b>2.474</b>	<b>2.657</b>	<b>7.034</b>
	<b>GRAN TOTAL</b>	<b>20.217</b>	<b>26.401</b>	<b>23.870</b>	<b>70.488</b>

**Fuente:** INEC, Censo de Población y Vivienda 2010

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016

### Cálculo de la muestra:

En razón de que la población es muy extensa, se realizó el cálculo de la muestra aplicando la siguiente fórmula:

$$N^{\circ} = \frac{N}{E^2 (N - 1) + 1}$$

La nomenclatura de la fórmula anterior es la siguiente:

$N^{\circ}$  = Tamaño de la muestra

$N$  = Población = 70.488

$N - 1$  = Correlación geométrica para muestras mayores de 30

$E$  = Error del Muestreo (5% = 0,05)

Reemplazando por los valores correspondientes tenemos:

$$no = \frac{70488}{0.05^2 (70488 - 1) + 1}$$

$$no = \frac{70488}{0.0025 (70487) + 1}$$

$$no = \frac{70488}{0.0025 (70487) + 1}$$

$$no = \frac{70488}{177,2175}$$

no = 398. Encuestados

**Tabla 3**

*Determinación de número de encuestas en proporción a la población*

INTERVALOS DE EDAD Y NÚMERO DE ENCUESTAS							
CANTON ES	ENCUESTAS						Total encuestas
	De 19 a 30	N. Encuestas	De 31 a 50	N. Encuestas	de 50 más	N. Encuestas	
ANTONI			4.95	28	3.87	22	71
O ANTE	3.69	21	6		1		

	4						
COTACA	4.47	25	5.99	34	5.74	32	92
CHI	8		5		5		
OTAVAL	10.1	57	12.9	73	11.5	65	196
O	42		76		97		
SAN	1.90	11	2.47	14	2.65	15	40
MIGUEL	3		4		7		
DE							
URCUQ							
UI							
<b>GRAN</b>	<b>20.2</b>	<b>114</b>	<b>26.4</b>	<b>149</b>	<b>23.8</b>	<b>135</b>	<b>398</b>
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>		<b>01</b>		<b>70</b>		

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016.

Frente a la dificultad que se presentó para la determinación de posibles encuestados por rangos de edad, para el presente análisis se propuso aplicar encuestas al número total correspondiente a cada cantón, calculados en el cuadro anterior; generalizando un rango único de edad de 19 a 60 años, tomando en cuenta el criterio de género en función del porcentaje poblacional de hombres y mujeres de cada cantón, según la información del INEC - Censo de Población y Vivienda 2010, de acuerdo al siguiente cuadro.

**Tabla 4**

*Número de encuesta a aplicarse en los cantones, según % hombre y mujeres*

Cantone	Total	Hombres		Mujeres	
	encues	Porcent	No.	Porcent	No.

s	tas	aje	Encuestas	aje	Encuestas
ANTONI	71	0,484	34	0,516	36
O ANTE					
COTACA	92	0,502	46	0,498	46
CHI					
OTAVAL	196	0,481	94	0,519	102
O					
SAN	40	0,499	20	0,501	20
MIGUEL					
DE					
URCUQU					
I					
<b>GRAN</b>	398		194		204
<b>TOTAL</b>					

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016.

## **CAPITULO II**

### **2. Fundamentación teórica de las sabidurías y conocimientos**

La radio comunitaria, desde sus inicios y hasta la actualidad, se define como el medio a través del cual es posible la descolonización y homogenización de la palabra, es la puerta de entrada hacia el cambio de mentalidad, que necesariamente debe redundar en un cambio en la estructura de la sociedad, de una sociedad marcada por el colonialismo y la dominación cultural, social y económica a una sociedad en la que haya horizontalidad y equidad. Sin embargo, para que tal objetivo se cumpla, la radio debe asegurarse su sostenibilidad, es decir, debe asegurarse los recursos necesarios para su funcionamiento, pero también debe asegurar su posicionamiento en la comunidad de donde nació y para asegurarlo deberá cumplir con los referentes técnicos y de calidad en la producción y programación.

La fundamentación teórica de las sabidurías del tema en estudio estuvo pensada en ese camino, para dar respuesta al por qué de la calidad como condición indispensable para el logro de la sostenibilidad. En ese sentido, se ha hecho un recorrido desde la contextualización de la comunidad de

donde la radio ha nacido, la conceptualización de la comunicación comunitaria e indígena, concretando en la radio comunitaria, haciendo un recuento de la historia de la misma en América Latina y Ecuador, para finalmente enfocar en lo que debe ser una radio comunitaria, en concretar herramientas que permitan repensar la radio, repensar la programación que está saliendo al aire y dar respuestas a los resultados obtenidos en el estudio de campo que se hizo con los actores y oyentes de la radio Ilumán.

## **2.1. Ámbito de identidad y geográfico de la Radio Ilumán**

Desde el ámbito de pertenencia de identidad, Radio Ilumán se desarrolla en el contexto de las comunidades pertenecientes, especialmente al Pueblo Otavalo de la Nacionalidad Kichwa del Ecuador; a su vez, desde el ámbito de su extensión de sintonía, ésta se ubica en cuatro cantones de la Provincia de Imbabura, ubicada al norte de la Provincia de Pichincha, siendo éstos: Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante y Urcuquí.

### ***2.1.1. El Pueblo Otavalo.***

Ecuador, país multi diverso, donde cohabitan 12 Nacionalidades y 14 Pueblo Originarios, junto a una mayoritaria población mestiza del 71,9% de la totalidad de habitantes, 17,4% de Montubios, 7,2% de Afros, 11% Blancos, la indígena representa un porcentaje del 7%, según las últimas encuesta nacionales (INEC, 2010).

Sin embargo, la realidad ecuatoriana va más allá de los enunciados datos “técnicos”, ya que a partir –no obstante- de esa –supuesta- minoritaria representación de pueblos indígenas, Ecuador ha experimentado cambios políticos y culturales referenciales en América Latina y el mundo, como fue en el año 2008 la declaración en la Constitución Nacional, como un Estado Intercultural y Plurinacional, situación que ha puesto en la mesa del debate académico y político una serie de versiones y puntos de vista al respecto.

De qué manera los pueblos indígenas han logrado estos grandes avances?, a paso de hormiga se diría en el “argot popular”, efectivamente, el Levantamiento Indígena de 1990 marcó un hito en la mentalidad de indígenas y habitantes en general, pero este trabajo de hormiga, lastimosamente no ha sido bien recogida, tal vez por lo insignificantes que son desde la mirada de la individualidad.

En este sentido cabe el presente trabajo, para reseñar que uno de esos pasos hormiga fue recogido por uno de los pueblos que fue parte de distintos procesos de lucha, como es el Pueblo Otavalo, donde se forjó la creación de una de las primeras radios indígenas del Ecuador.

El pueblo Otavalo hace parte de la Nacionalidad Kichwa del Ecuador, proviene del antiguo pueblo Karanki. Se dice que Otavalo fue el centro de las tribus Sarances, se ha confirmado el sitio anterior de su desplazamiento ubicado en las riberas del lago San Pablo que fue destruido por los colonizadores españoles. Su condición de tambo indígena y de población de tránsito obligado para el territorio de la Real Audiencia de Quito y la habilidad de sus tejedores, además excelentes pastos y rebaños le fueron configurando como el centro dedicado a la manufactura textil.

(<http://gruposetnicosecu.blogspot.com.co/2013/04/otavalo.html>).

Se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, principalmente en los cantones: Otavalo, Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante. Hablan el idioma Kichwa como lengua materna y el castellano como segunda lengua. Se encuentran organizados en torno al derecho a la tierra, por la defensa a distintas formas de producción artesanal y comercial, organizaciones que pueden ser urbanas y



rurales, siendo consideradas organizaciones de primer grado; estas se vinculan y se unen con otras, creando las organizaciones de segundo grado como la FICI (Federación Indígena y Campesina de Imbabura), que hace parte de la estructura de la ECUARUNARI, (Ecuador Runacunapak Rikcharimui que aglutina los pueblos y organizaciones de la Sierra) y la CONAIE, y a la UNORCAC que hace parte de la FENOCIN (Federación Nacional de Organizaciones Campesinas, Indígenas y Negras) respectivamente.

Con respecto a la FICI, cabe recalcar que a ésta, pertenecen además de comunidades del pueblo Otavalo, las de los pueblos Natabuela, Cayambi y Karanki, con su actual presidente la Dra. Rocío Cachimuel. La FICI es la principal organización de la provincia de Imbabura, que ha tenido un papel preponderante en la creación de la Radio Ilumán, pues fue desde su seno que se vio la necesidad de un medio de comunicación que diera cuenta de las problemáticas y necesidades de los pueblos indígenas de la Sierra Norte, hasta el momento marginados de los medios de comunicación comerciales.

Los indígenas del pueblo Otavalo se encuentran asentados principalmente en el campo, en los pequeños talleres artesanales de la comunidad, y tiene vínculos muy

estrechos con la naturaleza y por ende con la medicina ancestral.

Su vestimenta está caracterizada por la utilización de un pantalón y camisa blanca, alpargatas de sogá y poncho de doble cara azul y gris para los hombres; para las mujeres blusas blancas bordadas con colores claros, dos anacos, uno blanco y otro negro, que se sujetan con dos fajas, una ancha y otra angosta, fachalina de color negro, azul o blanco y hualcas doradas. El pueblo Otavalo, ha mantenido sus tonos musicales como: san juanitos, yaravíes, albazos, tonadas; musicalizados con instrumentos propios como: bocina, violines, guitarras, zampoñas, rondadores etc.

Dentro de su cosmovisión, el pueblo Otavalo mantiene una relación mística con los cerros, montañas y lagos. El Taita Imbabura y la Mama Cotacachi representan sus creencias y de igual manera la laguna Cuicocha y la Cascada de Peguche albergan aguas que son utilizadas para baños purificadores.

Una de las tradiciones alimenticias que caracteriza al pueblo Otavalo es el Yamor, chicha fermentada que se prepara entre septiembre y octubre, a base de 7 variedades de maíz, que son el amarillo, blanco, negro, chulpi, canguil,

morocho y la jora (maíz germinado), además de algunas plantas aromáticas de la zona.

Dentro de sus costumbres y tradiciones, y como todos los pueblos quichuas de la sierra, Otavalo celebra la fiesta de Inti Raimy (San Juan) o de las cosechas, a partir del 21 de junio en todas las comunidades. Las fiestas de San Pedro, que se celebran a partir del 29 de junio, son también de gran importancia. Los hombres utilizan en su espalda baja pequeños cueros con campanas amarradas que suenan al bailar.

Este pueblo es principalmente comercial y artesanal, ligado a la producción de textiles dirigida principalmente al comercio exterior, se produce principalmente prendas de vestir, ponchos, zapatos, tapices decorativos, paños, cobijas, etc.; junto a la artesanía, se encuentra el arte musical.

El pueblo Otavalo ocupa la mayor parte de la población del mismo nombre, y son quienes han contribuido mayormente a su desarrollo económico y comercial. Históricamente se conocen por su tradición como tejedores y comerciantes, conocidos como los mindaláes, antiguos mercaderes encargados de realizar el intercambio de productos y facilitar su abastecimiento dentro de la región. Durante la

época incaica su labor fue muy importante para el abastecimiento de alimentos y telas, así los incas “lograron recaudar impuestos en trabajo y en telas, conservando las relaciones preexistentes, entre nuestra gente, permitiendo los cultivos en el ayllu, el mantenimiento de las tierras comunales, al tiempo de producir telas de lana o algodón”. (Conejo et al.1999). Posteriormente los españoles instauraron la mita obrajera para la producción de telas, con lo cual aprovecharon las habilidades y conocimientos para la producción textil. Es de reconocer que los otavalos asimilaron las tecnologías y aportes de los españoles en el área, y lograron hacer frente a las crisis, pues a pesar de los impuestos y la explotación a la que fueron sometidos, iniciaron una red de producción y distribución que mantienen hasta nuestros días.

El viajar por algunas ciudades del país, lograron ir acumulando experiencia, lo cual les animó a ir cada vez más lejos, empezaron con algunas ciudades de Colombia, posteriormente Venezuela, Panamá, Costa Rica, Brasil, otros países de Centro América, Estados Unidos, hasta que finalmente llegan a Europa y Asia. Se puede decir que hoy en día, los kichwa-otavalo ofrecen sus productos textiles, así como sus manifestaciones culturales (música y danza) a casi todo el mundo. (Conejo et al., 1999).

Es precisamente esa tradición viajera la que ha sido decisiva para su desarrollo económico, siendo Colombia uno de los países donde más se encuentra arraigada la cultura y textilera otavala. “Tomamos conciencia de la importancia de nuestros valores culturales, nos dimos cuenta que nuestro idioma nos servía en cualquier situación, que nuestra ropa, nuestra presencia, llamaba la atención y admiración de la gente”. (Conejo et al. 1999). Fue eso lo que hizo que lograran ampliar su comercio de la manera que lo han hecho. Actualmente han logrado desarrollar una economía basada en la producción de artesanías, además de la producción textilera, de la cual ha surgido un grupo de “élite”, que no solo ha creado oportunidades para ellos mismos sino para el resto de población, incluso población blanco mestiza.

A partir del desarrollo económico que se ha logrado a partir del auge de la industria textilera, producto también del proceso migratorio de los kichwa-otavalo, otra industria se ha ido incrementando y es la turística, en la actualidad muchos kichwa-otavalo son dueños de empresas, hoteles y complejos turísticos. Se ha pasado de una ciudad dominada por el blanco-mestizo, a una ciudad que se mueve por la industria indígena.

En cuanto identidad, la migración ha generado patrones propios en el pueblo kichwa-otavalo. Como se mencionó, su reconocimiento y éxito en las ventas en el extranjero no se debió solo a sus habilidades comerciales, sino a su identidad cultural, a su vestimenta e idioma, esto hizo que esa identidad se fortaleciera y se valorara. Sin embargo, en la actualidad, los otavalos que han podido migrar y tener un “poder económico” van asumiendo una identidad más permeable, más adaptada a características de progreso, mientras los no migrantes siguen siendo marginalizados e identificados con ruralidad y pobreza. (Ordóñez A. 2008).

### **2.1.2. *Cantón Cotacachi***

El cantón Cotacachi es el más extenso de la provincia de Imbabura, tiene una superficie de 1725.7 Km<sup>2</sup>, con aproximadamente 45.000 habitantes. Limita al norte con el Cantón Urcuquí; al sur con el Cantón Otavalo y la Provincia de Pichincha; al este con el Cantón Antonio Ante y al oeste con la Provincia de Esmeraldas. Es una ciudad que ha basado su economía en la producción talabartera, específicamente en la confección de artículos en cuero como chaquetas, zapatos, billeteras, carteras, sombreros, con productos de excelente calidad por lo que tiene reconocimiento a nivel nacional, además de la producción

agropecuaria, turística-hotelera, gastronómica y comercial que se ha venido desarrollando en los últimos años.

Históricamente, la realidad como pueblo comienza a tener vigencia con los Quitos, quienes bautizaron al volcán con el nombre de Coto-ashi te con los Caras, quienes llamaron Cotaczchis a todos los conjuntos heterogéneos de ayllus y familias que con anterioridad se habían establecido en sus inmediaciones. Los Incas que hablaban el idioma Kichwa transformaron la palabra Cota ashi en Cotacachi, nombre con el que se le conoce hasta hoy. Posteriormente, en el período colonial es fundado el pueblo de Cotacachi por Fr. Pedro de la Peña como la ciudad doctrinera de Santa Ana de Cotacachi. Desde la época de la colonia, la población indígena de Cotacachi, vino sufriendo el problema de la segregación espacial, social y política de las comunidades indígenas que impedía su desarrollo: Las identidades locales fueron construidas de manera dual: entre blancos o "mishus" y los indios. En la localidad no se reconocían grupos intermedios, ni siquiera se asumía la existencia de 'mestizos', puesto que, independientemente del grado de mestizaje y del nivel económico logrado, todos los blancos y mestizos, se asumían como blancos. Sin embargo, Cotacachi experimenta en las últimas cinco décadas enormes cambios: surgieron y se consolidaron

nuevos actores sociales, los indígenas, las parroquias rurales de la zona subtropical colonizada por mestizos provenientes de diversos ámbitos y los barrios populares urbanos que en el pasado habían sido casi ignorados.

En otro aspecto, la ciudad de Santa Ana de Cotacachi, es reconocida a nivel nacional por algunos aspectos que la destacan, por un lado, por la diversidad étnica y cultural, debido a su proceso histórico. De otro lado, es una ciudad reconocida por su paisaje y diversidad ecológica, por lo que se ha merecido la denominación de "Reliquia Ecológica y Cultural de los Andes". Hace parte de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, la misma que cubre una extensión de 204.420 ha. con una diversidad ecológica que incluye la eventual presencia del majestuoso cóndor de los Andes, la Laguna de Cuicocha (Tsui-Cocha), denominada "Laguna de los Dioses", la cual reposa en una caldera volcánica en las faldas del volcán Cotacachi, sus aguas claras que cambian de tonalidad de acuerdo al sol y sus dos islotes compuestos de lava y piedra volcánica separados entre sí por el "Canal del Ensueño", donde antiguamente llegaban los caranquis y los incas a entregar sus ofrendas y sacrificios al sol y a la luna, describen el paisaje del lugar. Allí se puede practicar senderismo en un recorrido de entre



cinco y seis horas, además de observar más de 400 especies de flora y fauna.

En el plano cultural, Santa Ana de Cotacachi es conocida como la 'Capital Musical de Imbabura' por su proceso histórico que parte de la música indígena, y la destacada producción a escala nacional e internacional con grandes exponentes musicales y por su habilidad al tocar y fabricar manualmente el rondador, instrumento musical que se fabrica con cañas de carrizo. Riqueza cultural e histórica que se puede encontrar en el Museo de las Culturas, centro de historia e identidad cultural, ubicado en el centro histórico del cantón.

Por último, la ciudad se destaca por sus fiestas de cantonización que se celebran el 6 de julio, y la fiesta de la Jora que se celebra el 12 de septiembre. Esta última celebración es de gran relevancia en Cotacachi y congrega a turistas nacionales e internacionales para disfrutar de los eventos artísticos y culturales que se realizan en homenaje a la jora.

### **2.1.3. Cantón Otavalo.**

Otavalo es un importante cantón de la provincia de Imbabura, localizado al norte del callejón interandino, a 110 Km. de la capital Quito y a 20 km. de la ciudad de Ibarra, a

una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar. Tiene una superficie de 570 km<sup>2</sup> y aproximadamente 110.500 habitantes entre indígenas y mestizos que hablan el idioma castellano y kichwa. Está rodeada por los cerros Imbabura, Mojanda, las lomas de Yambiro y Pucará. Limita al norte: con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

En cuanto a su proceso histórico, diversos testimonios han explicado la presencia de los primeros habitantes del sector, así como el origen de la palabra OTAVALO. En base al idioma Chaima (Caribe-Antillano). Otavalo provendría de OTO-VA-L-O que significa “lugar de los antepasados”. Si es el Cara el generativo, del Pansaleo OTAGUALÓ, GUALÓ o TAGUALO se interpretaría como “casa”. Con el fundamento del idioma Chibcha OTE-GUALO daría el significado “en lo alto grande laguna” y por último en lengua de los indígenas de la zona se traduciría “como cobija de todos” y SARANCE como “pueblo que vive de pie”. Por las evidencias, es más seguro afirmar que en toda la comarca se hablaba la lengua caranqui la que, por motivo de las dos conquistas consecutivas: La Inca y la española, fueron sustituyéndose paulatina y relativamente

en forma tardía. La ciudad ha sido históricamente habitada por indígenas del pueblo kichwa - otavalo, el cual ha convivido en condiciones de inferioridad durante mucho tiempo con respecto al mestizo con el proceso de colonización española. Situación que ha cambiado en los últimos años, dado el auge económico que ha traído el proceso migratorio de los indígenas.

La ciudad es conocida como la “capital de las artesanías ecuatorianas”, debido a la variedad y calidad de productos que se ofrecen a los visitantes y del mundialmente famoso mercado indígena. Siendo uno de sus recursos más importantes el turismo, paralelo a éste, la agricultura representa una importante fuente laboral asociada a la cultura indígena de la zona. De otro lado, también cuentan con un importante reconocimiento por su industria textil.

Culturalmente, Otavalo es conocido por la celebración de la fiesta del Yamor, la fiesta más grande que se celebra en el año y que se realiza durante los primeros días de septiembre. Aunque el Yamor propiamente es una bebida ancestral de origen incásico, especial del ritual del Koya Raymi elaborada con siete variedades de maíz.

#### **2.1.4. Cantón Antonio Ante.**

Cantón ubicado en el centro de Imbabura, a 120 Km. al norte de la Capital, Quito. Su cabecera municipal es Atuntaqui. Con una superficie de 36.053 Km<sup>2</sup> y aproximadamente 45.184 habitantes entre mestizos e indígenas Natabuela. Limita al oeste con los cantones de Cotacachi y Urcuquí, al norte con Ibarra, al sur con Otavalo y al este con el Cerro Imbabura. Tiene dos parroquias urbanas y 4 rurales.

La historia e identidad de Antonio Ante se ha escrito junto a la Fábrica Imbabura, que funcionó entre 1927 y 1982, fue el germen de la industria textil de esa zona, es por esto que este importante ícono para el cantón y el país fue declarado como Patrimonio Cultural de la Nación, el 20 de septiembre de 2001 considerado como único en el país de características patrimoniales industriales. En marzo de 2008, el Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural Cultural, intervino las instalaciones de la Fábrica para su recuperación, convirtiendo este espacio en un centro cultural del cantón y del norte del país.

Otro patrimonio con que cuenta Antonio Ante y que nace de la Fábrica Imbabura es la Fiesta Popular de Inocentes y Fin de Año, tradición popular del pueblo anteño que se lleva adelante por más de setenta años en Atuntaqui. Fiesta que incluye programas de temporada como el "bando bando",

"la agonía de papá", "desfile de comparsas" y "lectura del testamento y quema del año viejo", declarada por el Ministerio de Cultura como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador.

Antonio Ante, es el cantón más pequeño de la provincia, goza de un clima agradable y posee tierras fértiles aptas para el cultivo de cereales y legumbres por lo que se le considera "El granero de Imbabura". Sus campos multicolores fueron el lugar de verano del Inca o Emperador y su comitiva. La gran producción de caña de azúcar permite la existencia de la tradicional "molienda", industria casera productora de: "panela", "aguardiente", el típico "otavalillo", y las deliciosas "melcochas", son razones suficientes para hacer de Antonio Ante un verdadero atractivo Turístico para propios y extraños.

#### ***2.1.5. Cantón San Miguel de Urcuquí.***

San Miguel de Urcuquí es un cantón localizado en la provincia de Imbabura. Su cabecera cantonal es la ciudad de Urcuquí. Su población es de aproximadamente 17.301 habitantes. Tiene una superficie de 767 km<sup>2</sup>. Altura sobre el nivel del mar 2384 msnm. Alberga a la ciudad del conocimiento Yachay (Institución de educación superior

construida bajo el gobierno de Rafael Correa), la primera ciudad planificada de Ecuador. Tiene una parroquia urbana y 5 rurales. Es una ciudad famosa y reconocida a nivel nacional e internacional por su gran diversidad y concentración de recursos naturales.

El nombre que lleva el cantón y la parroquia se origina luego de que en estos territorios, en la antigüedad, habitaron diversos Ayllus (familias indígenas), donde por la organización genial y muy desarrollada predominaron los Urcuquies, quienes dieron el nombre aborigen de URCUCIQUE, que fonéticamente se compone de dos voces quichuas: URCU, que quiere decir cerro y, CIQUE, que quiere decir asiento; es decir "asiento de cerro". En la actualidad la composición fonética con el español determinó a este pueblo como Urcuquí. En la actualidad, la zona de Urcuquí fue habitada por indios y mestizos desde años antes del presente siglo.

San Miguel de Urcuquí cuenta con lugares turísticos y ancestrales, como las Termas de Timbuyacu, un Balneario ubicado a 11 Km de la cabecera cantonal, que contiene aguas sulfuradas aptas para la salud. También existen lagunas importantes, la Laguna de Yanacocha (proviene de las voces quichuas: yana = negro

y cocha = laguna), la Laguna de Patococha. Otro lugar importante es la Loma del Churo de Pucará, montañas en cuyas cimas se encuentran talladas 3 zanjas circulares que bordean todo el contorno de la misma dándoles una apariencia de Caracol; Las tolas en la Comunidad de Iruguincho, Son montículos de tierra que fueron construidos por las culturas preincaicas. Estas tolas eran de carácter ceremonial religioso. En esta comunidad existen tres tolas de las muchas que se pueden encontrar a lo largo de la parroquia.

## **2.2. La CONAIE en el fortalecimiento de los pueblos indígenas del Ecuador**

La Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE) es una organización nacional que aglutina en su seno a las Nacionalidades, Pueblos, comunidades, Centros y Asociaciones indígenas del Ecuador. Fundada el 16 de noviembre de 1986, tras un largo período de gestación iniciado en 1980 con la constitución del Consejo Nacional de Coordinación de las Nacionalidades Indígenas del Ecuador – CONACNIE, cuyos objetivos fueron promover la consolidación de los pueblos indígenas, luchar por la tierra y territorios indígenas, luchar por una educación propia (intercultural

bilingüe), luchar contra la opresión de las autoridades civiles y eclesiales, luchar por la identidad cultural de pueblos indígenas, contra el colonialismo y por la dignidad de pueblos y nacionalidades indígenas. (CONAIE, 2014).

A partir de 1990 la CONAIE, a través de sus grandes confederaciones regionales ECUARUNARI (Ecuador Runacunapak Rikcharimui que aglutina los pueblos y organizaciones de la Sierra), CONFENIAE ((Confederación de Nacionalidades Indígenas de la Amazonía Ecuatoriana) y la CONAICE (Confederación de Nacionalidades Indígenas de la Costa Ecuatoriana) inicia una serie de acciones con el fin de lograr sus objetivos. Esas acciones inician con el levantamiento de la fiesta del Inti Raymi en junio de 1990, a esta le siguieron movilizaciones en 1992, 1994 y 2000 como las más importantes y las que permitieron logros representativos, entre los que se cuentan: que tierras en la sierra ecuatoriana pasaran a manos de indígenas y campesinos, en 1989 se crea el sistema de educación intercultural bilingüe; en 1998 se incorporan los Derechos Colectivos de los pueblos indígenas en la Constitución Política (que posteriormente serían ampliados en la Constitución de 2008), y se crean entidades que representen los derechos de los pueblos indígenas como el CODENPE (Consejo de Desarrollo de



las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador), la Dirección Nacional de Salud de Pueblos Indígenas ( DNSPI) y el FODEPI (Fondo de Desarrollo de Pueblos Indígenas), entre otras. (CONAIE, 2014)

La CONAIE, de acuerdo a su estructura organizativa nacional, aglutina a los siguientes pueblos y nacionalidades: Shuar, Achuar, Siona, Secoya, Cofán, Waorani, Zapara, Shiwar, Andoa y Kichuas en la región Amazónica. Tsachila, Epera, Chachi, Awa, Manta y Wankavilka en la Costa. Pueblos de la nacionalidad Kichua: Palta, Sarakuru, Kañari, Puruwà, Chibuleo, Tomabela, Salasaca, Kisapincha, Waranka, Kitukara, Kayampi, Otavalo, Karanki, Natabuela y Pasto en la sierra interandina Ecuatoriana. Estos pueblos se reconstituyen mediante su autodefinición, su autonomía organizativa, cultural y su política propia. CONAIE (2014)

Las Naciones y pueblos originarios están constituidos como entidades colectivas con formas propias de organización, con cosmovisión y filosofía orientada desde la comunidad y que guía la vida de manera integral, que propugna por el respeto a la vida “de todas las vidas (espiritual, seres de la naturaleza, el universo, etc.). Así, la vida se garantiza por una interrelación armónica entre los seres humanos (hombres y mujeres) y la naturaleza en estrecha

interrelación y armonía, cuyo fin último es la vida de todos los seres.” (Proyecto Político CONAIE, 2014).

A lo largo de su existencia, los pueblos y naciones originarios han construido su modo y concepción de vida a partir de su carácter comunitario, resultado no solo de la vivencia entre los hombres sino de estos en relación recíproca con la naturaleza. Según lo plasmado en el Proyecto Político de la CONAIE (2014) lo comunitario está constituido por el ser humano y su entorno, es decir, todas las formas de existencia, elementos vitales esenciales para la vida, tiene que ver con el territorio concebido como el espacio que da y en el que se produce la vida. Es este modo de vida comunitario el que ha permitido realizar propuestas de transformación profundas, desde la defensa de la vida y la integralidad de esta con todos los procesos sociales, con la participación de todos los miembros de la comunidad, en reciprocidad, relacionalidad, solidaridad, complementariedad y equidad. El comunitarismo desde la visión de la CONAIE y la vivencia de los pueblos originarios, es un modo de vida, pero va más allá, tiene que ver con lo político, económico, y cultural.

La lucha permanente de la CONAIE ha facilitado el fortalecimiento y la presencia visible del indígena ante el país, antes invisibilizada por el Estado, secundado por los

medios de comunicación que actuaban también a nombre del estado y de la empresa privada. Es a través de las acciones en las calles, pero también a través de los medios de comunicación comunitarios y/o indígenas que se han conseguido también por medio de esa lucha incesante de la CONAIE, que se ha logrado dar voz a quienes antes solo aparecían en los medios como folklor, no como sujetos de derecho, es a través de sus medios de comunicación que han logrado dar a conocer sus luchas, sus formas de vida, sus procesos organizativos, sus formas de cuidar la vida y la naturaleza.

Como se mencionó anteriormente, a través de la lucha de la CONAIE y sus confederaciones, se ha logrado reconocimientos legales, como son los alcanzados en la Constitución aprobada por la Asamblea Nacional Constituyente en abril de 1998, la cual reconoció la igualdad y los derechos de los indígenas y se definió a Ecuador como Estado pluricultural y multiétnico, y se reconoció un grupo de derechos especiales o colectivos para los pueblos indígenas, como: El derecho a mantener, desarrollar y fortalecer su identidad, espiritual, cultural, lingüística y social; conservar la propiedad imprescriptible de las tierras comunitarias y de posesión ancestral; el derecho al usufructo y administración de los recursos

naturales; el derecho a ser consultados en planes y programas de prospección y explotación de los recursos que afecten, ambiental o culturalmente, el manejo de la biodiversidad; a mantener y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social y generar sus autoridades; el derecho a la propiedad intelectual y cultural, contar con la educación intercultural bilingüe de calidad, sistemas, conocimientos y prácticas de medicina tradicional, formular prioridades en planes y proyectos para el desarrollo y mejoramiento de sus condiciones económicas y sociales, usar sus propios símbolos y emblemas que los identifiquen.

Posteriormente en la Constitución del 2008, se amplía el reconocimiento de derechos colectivos e incorpora nuevos derechos. Se reconoce la existencia de las nacionalidades, pueblos, comunas y comunidades, como parte integrante del Estado único e indivisible. En este contexto, el Ecuador se auto reconoce como Estado intercultural, plurinacional y laico.

Estos avances en la legislación ecuatoriana con respecto a los pueblos y nacionalidades indígenas tienen como base dos instrumentos internacionales: el Convenio N° 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el cual obliga a los Gobiernos a respetar la importancia especial que para

las culturas y valores espirituales de los pueblos interesados reviste su relación con las tierras o territorios, aclarando que el término tierra deberá incluir el concepto de territorio, lo que cubre la totalidad del hábitat de las regiones que los pueblos interesados ocupan o utilizan de alguna u otra manera. En segunda instancia, está la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, instrumento internacional aprobado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en septiembre de 2007, el cual reconoce que los pueblos indígenas tienen derecho, como pueblos o como personas, al disfrute pleno de todos los derechos humanos y libertades fundamentales establecidas en la Carta de las Naciones Unidas y la normativa internacional de derechos humanos.

Uno de los derechos reconocidos en este instrumento es precisamente el relativo a la comunicación, en su artículo 16: “Los pueblos indígenas tienen derecho a establecer sus propios medios de información en sus propios idiomas y a acceder a todos los demás medios de información no indígenas sin discriminación. Los Estados adoptarán medidas eficaces para asegurar que los medios de información públicos reflejen debidamente la diversidad cultural indígena. Los Estados, sin perjuicio de la obligación

de asegurar plenamente la libertad de expresión, deberán alentar a los medios de comunicación privados a reflejar debidamente la diversidad cultural indígena.” (ONU, 2006).

En este contexto, la CONAIE, a través de sus regionales, se encuentra en permanente lucha ante las autoridades competentes y responsables de las concesiones de las frecuencias, para el logro de las frecuencias de radio y televisión a nivel nacional y por provincias para pueblos y nacionalidades indígenas en el marco de la nueva Ley de Comunicación que contempla el 34% para medios comunitarios para democratizar y construir el Estado plurinacional. Es en este marco que ha intervenido y coadyuvado a la consecución de la frecuencia del único canal indígena del Ecuador, Canal TV-MICC 47, así como para la radio Ilumán, objeto de este estudio.

### **2.3. Interculturalidad y comunicación intercultural**

La interculturalidad es una categoría conceptual que surge a finales del siglo XX, no solo desde el movimiento indígena ecuatoriano, sino desde algunas organizaciones de la sociedad civil e intelectuales, en la lucha por el reconocimiento no desde arriba, sino desde el diálogo y consenso entre culturas, donde el Estado es una institución más en ese proceso de construcción de los cambios

estructurales que implica la instauración de una verdadera interculturalidad.

Catherine Walsh (2008) define la interculturalidad, como “algo por construir. Va mucho más allá del respeto, la tolerancia y el reconocimiento de la diversidad; señala y alienta, más bien, un proceso y proyecto social, político, epistémico y ético dirigidos a la construcción de sociedades, relaciones y condiciones de vida nuevas y distintas.”

Es en el marco de ese proyecto político que se encaminaron las exigencias del movimiento indígena al estado ecuatoriano y que quedaron plasmadas como “logros” al menos en el escrito, en las constituciones de 1998 y 2008 con respecto a la institución de la interculturalidad. En este sentido, la Constitución aprobada por la Asamblea Nacional Constituyente en abril de 1998, demuestra avances positivos en el reconocimiento de la igualdad y los derechos y el Ecuador se definió como Estado pluricultural y multiétnico, reconoció por primera vez la existencia de los pueblos indígenas que se autodefinen como nacionalidades de raíces ancestrales, y los pueblos negros o afro ecuatorianos, forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible. Posteriormente, en la Constitución del 2008, Con la aprobación mayoritaria en

referéndum de dicha Constitución, el Ecuador decidió construir una nueva forma de convivencia ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el Sumak Kawsay. Reconoce la existencia de las nacionalidades, pueblos, comunas y comunidades, como parte integrante del Estado único e indivisible. En este contexto, el Ecuador se auto reconoce como Estado intercultural, plurinacional y laico. (CODENPE, 2011)

Para Walsh, la interculturalidad es un proceso basado en el derecho a la coexistencia pacífica, el reconocimiento y respeto entre todas las nacionalidades, pueblos y demás sectores sociales, en el cual el Estado solo se presenta como un garante social, político y jurídico a fin de poder convivir en igualdad de derechos, en justicia social y en condiciones de paz y armonía. (Walsh, 2008)

Es preciso aclarar que la interculturalidad como proyecto político, social y ético no se opone a la Plurinacionalidad, sino que la complementa. Mientras que con la plurinacionalidad, el movimiento indígena y demás organizaciones sociales que se han unido a la propuesta, implica el reconocimiento de que en el país existen distintas nacionalidades indígenas que conviven con afroecuatorianos, blancos y mestizos, la interculturalidad es la herramienta que permitirá que las relaciones entre estos



grupos se dé en igualdad, desde lo horizontal, lejos del sistema colonial imperante.

En el camino de la comprensión de la interculturalidad como alternativa de un estado equitativo, heterogéneo, se ha visto que tanto desde mestizos como desde los grupos históricamente relegados, el hecho de que a pesar de que la agenda de la interculturalidad recoge propuestas de otros sectores sociales como las mujeres, los ambientalistas, juntas de agua, pueblos negros, organizaciones de emigrantes, grupos LGBT, trabajadores, intelectuales, académicos, niños, adolescentes, sigue siendo esencialmente una propuesta indígena, vista así incluso con carácter separatista, difícil de ser un hecho, en nombre de la unidad nacional, del poder mismo. (Walsh, 2008). Concordando con esta visión, López, (2001) reconoce que la construcción de la interculturalidad como categoría es un concepto ligado necesariamente a lo indígena. Así, “.., fue a partir del análisis de las relaciones entre indígenas y no indígenas que la noción de interculturalidad y su derivada de educación intercultural emergieron desde las ciencias sociales latinoamericanas hace casi tres décadas” (López, 2001: 2).

La interculturalidad desde la visión de los pueblos indígenas va mucho más allá de la existencia y

reconocimiento de diversas culturas en el mismo espacio, la interculturalidad propuesta por los pueblos indígenas implica un diálogo de saberes, de pensamientos, de conocimientos, espiritualidad, relación con la naturaleza a partir de un proceso de ida y vuelta que conlleva a un mutuo aprendizaje, en condiciones de equidad y armonía entre todos los pueblos originarios, afroecuatorianos, montubios y mestizos. (Proyecto Político, 2014). La vivencia de la interculturalidad de los pueblos indígenas, se contrapone al multiculturalismo que se vive y se propugna desde el Estado, el cual se limita a la existencia de diversas culturas, voluntaria o involuntariamente en un mismo territorio, propugna a la segregación y sometimiento a la cultura dominante, privilegiando a unas en menosprecio de las demás. La interculturalidad de los pueblos originarios se contrapone a las relaciones de inequidad y desigualdad social que propugna el Estado, pues solo se ha quedado en el discurso político, ocultando las desigualdades e inequidades dejando existir instituciones y estructuras que privilegian a unos en relación con otros.

Después de los años de gobierno del ExPresidente Rafael Correa (2006-2016) se evidencia en la actualidad, que la interculturalidad se ha quedado en el discurso como una promesa aún sin cumplir, pues como se dijo anteriormente,

aún prevalece el modelo económico y político neoliberal que privilegia una cultura sobre las otras, lejos de un trato justo e equitativo y de unas oportunidades claras y precisas que permitan procesos de intercambio y posibilidades reales de vivir esa igualdad.

Con la Constitución Política de 2008, se proclamó el Estado ecuatoriano como intercultural y plurinacional y se tomó como modelo de desarrollo el Buen Vivir o Sumak Kawsay, propuesto desde los pueblos indígenas. Desde entonces, tanto en la esfera política como en la académica se ha intentado definir lo que es y la manera cómo funcionaría tal modelo. La respuesta no ha llegado, pues la ecuatoriana es una sociedad que ha estado entre la dominación colonial de unos y otros y, llegar a posibilidades reales de vivir esa propuesta de ida y vuelta, ese aprendizaje y enriquecimiento de todas las culturas y pueblos que habitan el territorio ecuatoriano, sin desdeñar la relación y respeto por la naturaleza, tiene que empezar por reconocer esa diversidad como parte sustancial de la vida, tiene que pasar por el reconocimiento de la igualdad, por el querer conocer esa otra cultura, el desear ese intercambio. Pero esto no es fácil de lograr, como lo ha demostrado la práctica en los últimos años, en los que se ha evidenciado aún en el

Ecuador unas culturas están subordinadas a las otras, y de esa manera, un diálogo de saberes no es dable.

A lo largo de los años se han visibilizado dos propuestas en búsqueda de la anhelada interculturalidad, una por parte del Estado y su Plan del Buen Vivir y la otra desde los pueblos indígenas, las dos apuntan en la misma dirección, el buen vivir como esperanza de transformación de la sociedad ecuatoriana. Sin embargo, se ha podido constatar en el campo educativo como en el que nos atañe en el presente trabajo, el de la comunicación, que la promesa de igualdad, de buen vivir, se ha quedado en eso, en promesa.

Como prueba de ello, podemos mencionar el caso de la Universidad Intercultural Amawtay Wasi , se puede ver cómo en el artículo 9 de la Ley Orgánica de la Educación Superior (2006) se menciona a la educación superior como condición indispensable para el logro de la interculturalidad y la convivencia armónica con la naturaleza, sin embargo, en la esfera real, no se han dado los hechos necesarios para que esta universidad cumpla con ese propósito de contribuir al buen vivir y a la propuesta de interculturalidad. Como menciona Vargas P. (2014)

“... Las similitudes entre una y otra propuesta saltan a la vista. La apuesta que se posiciona en el discurso como promesa, proclama el paso de

un sistema de desarrollo economicista que reproduce la dominación del hombre y la naturaleza al Buen Vivir como esperanza de transformación. No obstante, a pesar de las similitudes, cuando ambas promesas se encuentran, como en el caso del proceso de evaluación al que se enfrenta la UIAW, los discursos y las agencias consecuentes son de oposición entre una organización indígena que no ve la transformación de la matriz de desarrollo de parte del Estado y un Estado que no confía en esta universidad, y en la organización social indígena en general, como agentes de su propio desarrollo y reales promotores de una sociedad intercultural.”

Mientras el gobierno ha venido promulgando su modelo del buen vivir, para el cual se necesita de instituciones educativas que vivan y promuevan esa coexistencia equitativa y ese intercambio de saberes, que claramente no es asumido por las universidades privadas y estatales, las entidades encargadas de la educación superior han mostrado su desconfianza en la capacidad de las naciones y pueblos originarios. Efectivamente se han dado más oportunidades de ingreso a la educación superior para miembros de las comunidades y pueblos, se han privilegiado temas como medicina ancestral, comunicación, arquitectura, etc., pero desde las mismas instituciones que propugnan la dominación cultural y económica. Es decir, ese proceso de intercambio de saberes solo ha sido de ida,

de la clase dominada hacia la dominante, se ha logrado producir conocimiento de indígenas para indígenas, de mestizos para indígenas, pero el modelo colonial que pervive en la mentalidad de la mayoría de los ecuatorianos y promocionado por las instituciones del estado no ha llegado el despertar de ese querer conocer, compartir, vivenciar las cosmovisiones y modos de vida de los pueblos indígenas.

Dicha situación se ha visto reflejada de la misma manera en el campo de la comunicación, se proclama desde la Ley Orgánica de Comunicación la intención de proporcionar determinado porcentaje de frecuencias de radio y televisión para los pueblos indígenas, a través de canales de televisión y radios comunitarias, exigencia que se ha hecho desde la CONAIE, pero que no ha sido posible pues permanece el modelo neoliberal hegemónico, el monopolio del espectro radioeléctrico a manos de empresarios y del estado. A pesar del mandato de la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, en el Ecuador, aún no se dan las condiciones para que por un lado los pueblos indígenas a tengan acceso a frecuencias suficientes y la posibilidad de establecer sus propios medios de comunicación y tampoco se ha promulgado la promoción de las culturas en igualdad,

prevalece el modelo de dominación, en el que se sigue mostrando la blanca como la cultura dominante, a través de los medios de comunicación masivos se proclaman modelos hegemónicos a través de la publicidad y a través de la programación.

Es esta lucha, por difundir su cultura, la que no es difundida por los medios masivos de comunicación la que se ha librado desde la Radio Ilumán, a partir de su creación, lucha que ha tenido que tener la intervención de la CONAIE para por lo menos lograr una frecuencia como radio comercial y rural y así llegar a las comunidades de su cobertura y mostrar y dar voz a la comunidad.

Para el logro de la propuesta de interculturalidad de la CONAIE, la comunicación es un componente indispensable, pues es a través de ella que se da ese diálogo e intercambio de saberes, ese aprendizaje mutuo entre las culturas. Para que se dé esa comunicación intercultural se necesitan algunas condiciones que son las que se mencionan adelante.

Es necesario empezar aclarando conceptos, además de la interculturalidad. El siguiente concepto a aclarar es la comunicación, en su origen etimológico palabra que proviene del latín “comunicare” que significa “poner en

común”, entonces para efectos del presente trabajo, la comunicación es el proceso de puesta en común, interacción, que permite la construcción de la vida en sociedad, es el mecanismo que permite el diálogo y la convivencia en sociedad. La comunicación es, por tanto, “la única manera de que disponemos para ponernos en contacto con los demás y, aun cuando no nos demos cuenta de cuánto dependemos de ella, constituye el centro de nuestra existencia” (Borden y Stonoe, 1982, p. 82). Se entiende por interacción, la acción recíproca entre dos participantes, que pueden ser individuos o grupos sociales, y que implica un cambio o afectación entre un yo y otro, ese mutuo aprendizaje necesario que se proclama desde la interculturalidad.

Con respecto a la cultura y su carácter polisémico, para el entendimiento del presente estudio, se define como el principio organizador de la experiencia humana, un sistema abierto de significaciones que permite que cada sociedad sea considerada en su singularidad y, por último, como un conjunto de códigos (normas, estilos de vida, comportamientos, cosmovisiones, etc.) a través de los cuales los seres humanos dan forma a su experiencia o existencia cotidiana. Códigos que requieren de procesos comunicativos. (Rizo, 2013:26-42).



A partir de lo anterior, se concluye que la comunicación intercultural se refiere a la interacción entre personas de diversas culturas (distintos referentes culturales, país, raza, etnia, etc.) que se asumen como diferentes y que llevan a un cambio en el otro, a un enriquecimiento mutuo. En palabras de Miquel Rodrigo (1999), “podemos hablar de comunicación intercultural como la comunicación entre aquellas personas que poseen unos referentes culturales tan distintos que se autoperciben como pertenecientes a culturas diferentes”

Este proceso de intercambio no está exento de dificultades, una de ellas es la multiplicidad de los complejos conjuntos de códigos que utilizan los seres humanos, a nivel tanto del lenguaje verbal (diferentes lenguas) como extraverbal (kinésico, proxémico, cronémico, paralingüístico, olfativo y táctil). Una segunda dificultad es la diversidad, pues reconocer al otro, a la vez, como diferente y como igual, como diverso y como actor de un diálogo, es un desafío que es necesario enfrentar para lograr esa coexistencia efectiva.

Alsina (1996) destaca que para que haya una comunicación intercultural eficaz, se deben desarrollar determinadas competencias:

**Competencia intercultural** es la habilidad para desenvolverse adecuadamente en contextos de diversidad, de interactuar y de comprender los mensajes y uso de los mensajes del otro, esto implica conocer o por lo menos tener la motivación de conocer el otro diverso y mantener una actitud receptiva hacia lo que el otro diverso me comunica.

**Competencia cognitiva:** Es la que nos permite tener un alto grado de conciencia de mi propia cultura) y de la del otro. Ese primer grado de autoconciencia implica reconocernos, ser conscientes de nuestras características culturales (que muchas veces se dan en contacto con el otro) y de nuestros procesos comunicativos. En segundo lugar, debemos tener la suficiente motivación para conocer a las otras culturas y sus procesos comunicacionales.

**Competencia emotiva:** Se produce “(...) cuando las personas son capaces de proyectar y de recibir las respuestas emocionales positivas antes, durante y después de las interacciones interculturales” (Chen y Starosta, 1996: 358-359). Las relaciones emotivas son también muy importantes en la comunicación, en general, y en la comunicación intercultural en particular. Dentro de la competencia emotiva es imprescindible una actitud de empatía, esa capacidad de identificarse con el otro, sentir

lo que siente, no a partir de mis concepciones sino a partir de los referentes culturales del otro. Finalmente, como se mencionó, es importante que haya la motivación, reflejada en primer lugar por el deseo de establecer comunicación, curiosidad de conocer no desde el exotismo o folklorismo, sino desde la comprensión de sus formas y visiones de vida; en segundo lugar, el deseo de aprender, a fin de que enriquezcamos con la comunicación intercultural y: en tercer lugar, el deseo de romper las barreras culturales. La atracción hacia lo intercultural nos obliga a estar dispuestos a cambiar. Al menos debemos aceptar el reto de una mirada sin prejuicios y de comprender otros modelos de interpretación de la realidad. Como señala Weber (1996:22) “... nos tenemos que dar cuenta de que todas las culturas poseen una coherencia propia que cada una identifica con la verdad. Por tanto, la reflexión intercultural ha de desembocar en la constatación de que la verdad es plural y relativa y que cada cultura tiene que trabajar en la superación de sus propios horizontes si quiere comprender más libre y objetivamente los valores del otro.” En cuarto y último lugar, está el deseo de re-conocernos, de conocernos de nuevo. Es decir, de re-construir nuestra identidad. En relación a la identidad cultural, Todorov (1988:22) afirma que la cultura sólo puede evolucionar a

partir de los contactos interculturales. Es decir, que lo intercultural es la base de lo cultural (Botey, 1996:4).

Para finalizar, Alsina (1996) propone algunos objetivos importantes que debe cumplir la comunicación intercultural. En primera instancia, se habla de establecer un diálogo intercultural tanto crítico como auto-crítico para conocer a los otros. En segundo lugar, hay que eliminar los estereotipos negativos que cada cultura produce de las otras culturas, dichos estereotipos negativos han hecho a lo largo de la historia, que se vea al otro como enemigo, como inhumano, lo cual ha llevado de un lado a guerras que han acabado con millones de personas y de otro lado, han llevado a la esclavización y minimización de pueblos enteros por considerarlos inhumanos. La comunicación intercultural debe llevar a ese cambio de mentalidad. En tercer lugar, se debe iniciar la negociación intercultural, a partir de una posición de igualdad, lo que no significa ignorar la existencia de los poderes internacionales desequilibradores. Hay que ser consciente de esta circunstancia y, dentro de lo posible, intentar un reequilibrio. En cualquier caso, ni el paternalismo ni el victimismo son actitudes positivas para la negociación intercultural. Tampoco hay que caer en la ingenuidad de un

voluntarismo ciego. La apuesta por la interculturalidad se va a ver enfrentada no sólo a las posturas intransigentes del racismo cultural, sino también a los intereses políticos y económicos de los Estados que van creando la imagen de los enemigos según sus conveniencias históricas. En cuarto y último lugar, hay que proceder a la relativización de nuestra cultura que nos llevará a la comprensión de otros valores alternativos y, eventualmente, a su aceptación. Esto nos aproximará cada vez más a una identidad intercultural que nos permitirá reconocer que los valores de nuestra cultura no son únicos, sino simplemente quizás preferibles, y que las otras culturas también tienen contenidos válidos.

Concordando con Walsh (2008) y López (2001) podemos concluir en el hecho de que para que la interculturalidad, no solo como construcción teórica y pragmática, o simple discurso de unos y otros, llegue a ser un hecho en el devenir político, social, cultural, es necesaria una deconstrucción del modelo imperante, una nueva construcción de conceptos que lleve a la comprensión de las categorías. Esto no se dará al margen de los medios de comunicación. Mientras los medios de comunicación comerciales sigan simplemente cumpliendo con el mandato de “interculturalidad” con unos tiempos y unos espacios y

una programación exigida, y mientras los medios de comunicación indígenas sigan produciendo lo indígena para indígenas, la interculturalidad, seguirá siendo lo que es hasta ahora, una categoría en construcción, lejos de las prácticas, educativas, sociales, comunicacionales.

#### **2.4. La comunicación comunitaria**

López V. (2005) puntualiza sobre la comunicación comunitaria un factor social, “La comunicación comunitaria es una vocación social que concibe la comunicación como un medio, la sociedad y su mejoramiento es el fin”

La comunicación comunitaria tiene un precedente fuerte en torno al significado y la representación de lo comunitario, en este sentido al hablar de comunicación comunitaria presupone una comprensión desde la comunidad para generar un espacio de comunicación distinta a la convencional. Teniendo en cuenta que lo comunitario no se reduce a la comunidad pero deviene de ella, no es un concepto fijo sino en proyección, es en suma, acción de los sujetos. Lo comunitario desde la visión de los pueblos indígenas que venimos tratando desde el inicio, implica un acto de resistencia, que posibilita el diálogo de saberes, la puesta en común del otro como un verdadero otro en la convivencia, implica la puesta en común de los saberes

ancestrales, los saberes de la gente, los no académicos, en una participación colectiva.

En este sentido la comunicación comunitaria parte desde un nuevo enfoque generado desde una interrelación y participación de todos los miembros de un grupo social, propiciando nuevos significados y entendimientos.

La comunicación comunitaria o alternativa es la opción que surge *de y para* la comunidad; se origina en las mentes de individuos que inspirados por la realidad, proponen una mirada ajena a la del poder, que por lo regular resulta más crítica que la difundida por los medios tradicionales y controlados.

Lo que se denomina comunicación comunitaria tiene su origen en los movimientos sociales y políticos de los años 70 y 80, tiempos de cambios ideológicos y estructurales en todo el globo y este contexto social y político es el que orilla a los individuos a generar nuevas formas de comunicación: las de la alternancia y la participación. Dos autores que promovieron este tipo de comunicación fueron Paulo Freire, brasileño, y, Mario Kaplún, argentino-uruguayo. De Kaplún circuló ampliamente “El comunicador popular” (1985) en el que defendió una noción diferente de comunicación. En este texto compara la comunicación dominadora

sustentada en el monólogo, el poder vertical y unidireccional. Monopolizado por pocos, con la comunicación democrática que propicia el diálogo, el ejercicio comunitario, horizontal, de doble vía, participativa, que expone el sentimiento de la mayoría. Resume que hay una noción de comunicación que la reduce a la transmisión de información y que es distinta de la noción u opción que se propone una sociedad construida como una comunidad comunitaria.

Corrales y Hernandez, (2013), mencionan las siguientes características de la comunicación comunitaria o alternativa:

- ✓ Nacen de una necesidad social, ya sea educativa, humana, cultural, ambiental, política, económica, etc.
- ✓ Invitan a la movilización social, y su razón de ser es promover y convocar ideologías y eventos específicos, en los que los interesados pueden manifestarse ya sea virtual o físicamente.
- ✓ Su objetivo es impulsar la concientización social y generar la retroalimentación entre el medio y la audiencia de manera continua. En la actualidad enfrentan al capitalismo y al neoliberalismo ideológica y culturalmente.
- ✓ El mensaje de los medios de comunicación



comunitarios busca exponer la realidad social, olvidándose de los beneficios económicos que por lo regular buscan los mensajes de los medios tradicionales.

- ✓ Cuentan con una organización en la que los interesados pueden participar, se podría decir que tal organización es más horizontal y democrática que la de los medios tradicionales. Todos los individuos interesados pueden participar en su producción, control y distribución, olvidando las limitantes profesionales que suelen regular a los medios tradicionales.
- ✓ Su enfoque puede ir de lo local a lo global, dependiendo del contenido que este exponga. Muchas veces los medios alternativos surgen de la necesidad de expresar una realidad social específica y local, pero con el paso del tiempo son capaces de evolucionar a expresiones más globales, las cuales encierran causas más generales, como la lucha contra el neoliberalismo. En los medios alternativos los consumidores participan y ayudan a definir las necesidades y objetivos del mismo.
- ✓ Los medios alternativos cuentan con diversas fuentes de financiamiento, las cuales pueden ser

propias, de fundaciones o autogestionadas, pero muy pocas veces ligados al estado o la publicidad. Los medios alternos no tienen fines comerciales.

- ✓ La audiencia de estos medios tiene la ventaja de poder participar en la producción, es por ello que los consumidores pasan de pasivos a activos, y surge, a decir de Alvin Toffler: el *prosumidor*. *Prosumidor*: Consumidor que asume simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos. La audiencia de los medios alternativos tiene la opción de convertirse en una audiencia movilizada, inserta en una relación horizontal y continua con los medios. El tamaño de la audiencia de los medios alternos varía, puede ir de lo local a lo global, y no necesariamente es minoría, gracias a las nuevas tecnologías los medios alternos pueden llegar, cada vez más, a un mayor público.

## **2.5. La comunicación indígena y comunitaria**

La comunicación indígena hace referencia a la expresión de su visión, demandas y propuestas, de una comunicación que responde a situaciones de exclusión, discriminación y hasta exterminio del sujeto histórico “pueblo indígena” que

lucha por la conservación de sus identidades en un mundo globalizado.

La comunicación ocupa un lugar muy específico en la agenda del movimiento indígena como lo han demostrado en años recientes las dos Cumbres Continentales de Comunicación indígena —aquí se entiende la comunicación indígena como un derecho a ejercer con autonomía, como lo menciona la declaración de la II Cumbre: [...] Nos comprometemos a ejercer con autonomía, con profundo respeto a nuestro mundo espiritual, en el marco de la pluralidad cultural y lingüística de nuestros pueblos y nacionalidades. Que la comunicación indígena sólo tiene sentido si la practicamos en el marco de nuestra cosmovisión, nuestra lengua y cultura, para dar a conocer a todos los pueblos y naciones del Abya Yala y al mundo, las luchas por nuestros territorios, por nuestros derechos, por nuestra dignidad e integridad y por la vida (Declaración de la II Cumbre Continental de Comunicación Indígena, 2013).

Como se ha visto en el inicio de este trabajo investigativo, la comunicación ha jugado un papel preponderante en la visibilización de los pueblos indígenas, sus luchas, sus procesos organizativos, sus demandas por el territorio y el reconocimiento de los derechos. La comunicación es un elemento primordial para la puesta en marcha de la

propuesta de interculturalidad y plurinacionalidad del movimiento indígena, pues es a través de ésta que se lleva a cabo el intercambio de saberes y consensos que permitan construir espacios de encuentro y se logra la disposición del “otro” a tolerar las diferencias y a dialogar en igualdad.

Bajo esta perspectiva, coincidimos también con la posición expresada por representantes de los pueblos indígenas frente a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI):

“La comunicación es una práctica social cotidiana y milenaria de los pueblos indígenas que es fundamental para la convivencia armónica entre los seres humanos y la naturaleza. Para los pueblos indígenas la comunicación es integral pues parte de una cosmovisión en la cual todos los elementos de la vida y la naturaleza se hayan permanentemente relacionados e incluidos entre sí. Por esta razón la comunicación tiene como fundamento una ética y una espiritualidad en el que los contenidos, los sentimientos y los valores son esenciales en la comunicación”.

Por su naturaleza y origen popular, la comunicación indígena también posee los rasgos de comunicación participativa y comunitaria y se inscribe dentro de las expresiones de la comunicación para el cambio social al poseer plenamente muchas de las condiciones que la

caracterizan. Es una comunicación que posee dimensión socio-cultural, capaz de generar y fortalecer transformaciones no solo como acción informativa, sino como interacción entre individuos y grupos.

En la actualidad, la comunicación indígena está encaminada a su reproducción como pueblos indígenas y sobre todo de la vida misma. Los medios de comunicación comunitarios han sido para los pueblos indígenas, herramientas (no como instrumentos) para expandir sus demandas, facilitar la organización y la movilización. Las radios comunitarias que se manifiestan abiertamente por la defensa del territorio nacieron en el seno de una organización, o se conformaron en el camino con un frente de lucha o en una asamblea, es decir, son parte de los procesos de resistencia en los que están inmersos. La comunicación desde los pueblos indígenas debe además, responder a la necesidad imprescindible de preservar y fortalecer las lenguas y las culturas y difundirlas a través de los medios.

***Algunos casos relevantes de comunicación indígena.-***

La Red de Escuelas Radiofónicas de Bolivia (ERBOL), el Sistema de Comunicación Intercultural en la Amazonía Boliviana para la Defensa de los Derechos Indígenas; el

periódico, y también agencia de noticias, Azkintuwe en Chile; el Tejido de Comunicación de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca; la Agencia de Noticias Plurinacional del Ecuador; la comunicación del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), la Red de Comunicadores Indígenas del Perú (Redcip), son algunas de las numerosas experiencias de comunicación indígenas e interculturales.

Se trata de iniciativas que surgen de la necesidad de visibilizar las principales demandas de los pueblos indígenas ante la sociedad –la población indígena presenta los más altos índices de pobreza extrema y la constante violación de sus derechos fundamentales–, de fortalecer las propias organizaciones, y de articular con los diferentes actores de la sociedad para propiciar políticas públicas inclusivas y crear condiciones que permitan disminuir su condición de vulnerabilidad.

La experiencia ha demostrado que estos emprendimientos posibilitan además que las comunidades cuenten con información –desde y para ellos– lo que contribuye a la mejor toma de decisiones para su desarrollo económico, social y cultural; y sobre todo incide en que estas poblaciones se involucren y asuman un rol activo en sus procesos.

## **2.6. La radio comunitaria**

De todas las definiciones encontradas de radio comunitaria, se destacan las siguientes que son las que se acercan a la razón de ser de la comunicación comunitaria, de la que se habló arriba: Para ALER, (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica): Una radio se hace comunitaria cuando se entrega a la comunidad, cuando atiende sus gustos y necesidades. Es un estilo de vida, de relación con el público.

“Una radio comunitaria —de señal abierta o en la web— no es otra cosa que una comunidad que hace comunicación. Un equipo de personas que tiene un proyecto común, que intercambia con la audiencia el mejor de los regalos, la palabra. Comunicar a través de una radio es crear un espacio de libertad donde todas las voces se escuchen. Donde la gente participe. Donde el debate de ideas se vuelva una práctica cotidiana. Donde la opinión contraria se respete. Donde, día a día, a través de esa palabra pública y compartida, se vaya construyendo una sociedad más democrática” (López V. 2000)

Mientras las radios comerciales promueven un cambio de comportamiento individual acorde con lo impuesto desde el Estado y desde las potencias extranjeras, las radios

comunitarias promueven el cambio social y sugieren acciones que surgen de las comunidades y no solo para las comunidades. Entonces, el concepto de radio comunitaria en su contexto histórico, va mucho más allá de una práctica radiofónica, pues no surgió de la necesidad de desarrollo de la comunicación sino como la necesidad de encontrar un espacio de expresión y lucha ante el sistema dominante por alcanzar un cambio social.

### ***2.6.1. La radio comunitaria en América Latina.***

A decir algunos autores como Gumucio (2012), Beltrán (2005) y Kaplún (1998), en América Latina hay dos corrientes que han marcado la historia de la comunicación: la primera, inspirada en el desarrollo económico y en la modernización y la otra nacida de las luchas sociales, en la que se encuadra la radio comunitaria, las cuales buscaban una alternativa diferente a lo ofrecido por el otro modelo, no solo a nivel local sino mundial.

La historia de las radios comunitarias en América Latina se inició a final de los años 40 y comienzo de los 50 no sólo como un desafío ante la realidad de los grandes medios de comunicación, sino para expresar, por primera vez, sus propias voces. Comenzó casi simultáneamente en Colombia y Bolivia, en Colombia con Radio Sutatenza y en



Bolivia Radio La Voz del Minero, que es la primera radio en manos de una comunidad con fines educativos que se puede evidenciar en Latinoamérica. Posteriormente fueron apareciendo algunas radios que asumieron función alfabetizadora, inspirados por el Movimiento Educativo impulsado por el educador Brasileño Paulo Freire. Sin embargo, en opinión de Alfonso Gumucio, investigador boliviano, las luchas sociales de la década de los 60-70 y la resistencia a las dictaduras militares que llegaron al poder con auspicio de la Central Intelligence Agency (CIA), fue lo que contribuyó a que radios comunitarias e independientes se multiplicaran en toda Latinoamérica. (Gumucio, 2001, pp.5-6).

De acuerdo a lo que enuncia Luis Ramiro Beltrán (2005), se puede afirmar que en América Latina, la práctica antecedió a la teoría, pues las primeras experiencias se gestaron mucho antes de que los teóricos empezaran a elaborar el marco conceptual de la radio comunitaria.

Una de las primeras experiencias registradas fue la de Radio Sutatenza en Colombia en 1947, impulsada por el sacerdote José Joaquín Salcedo, con dos objetivos: difundir la doctrina cristiana entre los campesinos pobres, y enseñar técnicas para mejorar el desarrollo de la comunidad. A decir de Griselda Sánchez (2011) fue una

extraña mezcla entre Comunicación popular y comunicación para el desarrollo. Así como esta, serían muchas las experiencias de radios comunitarias originadas desde la iglesia católica, con fines evangelizadores y educativos.

Radio Sutatenza inició sus emisiones educativas con un transmisor de 90 vatios. Probó el transmisor durante un mes hasta que en octubre obtuvo del Ministerio de Comunicación de Colombia una licencia provisional y el prefijo "HK7HM". El primer programa cultural fue difundido el 16 de octubre de 1947: música interpretada por campesinos de Sutatenza. Fue tal la acogida por la sociedad colombiana pues era algo supremamente novedoso que, en 1948, el presidente de Colombia, la inauguró oficialmente. Fue desde Radio Sutatenza que se dio pie al surgimiento y evolución de las llamadas escuelas radiofónicas, cuya metodología era la reunión de grupos de vecinos alrededor de un aparato receptor, guiados por guías capacitados. Sánchez G. (2011).

Hay que indicar que, pasados los años, Radio Sutatenza perdió su carácter comunitario y participativo, al ser comprada por la poderosa Cadena Caracol, a principios de los años 90, convirtiéndose en una radio comercial (Gumucio, 2001, p.16).

Años más adelante, América Latina padecía una oleada de represión política y exclusión de grupos humanos por parte de gobiernos dictatoriales, contexto que hizo que surgieran radios manejadas por gremios o sindicatos campesinos, mineros u otro tipo de trabajadores. Fue de este contexto que surgió un modelo diferente de radio, gestada por los trabajadores de las minas de Bolivia. Como es de conocimiento general este país históricamente ha sido un país minero, durante la colonia se explotó la plata el Cerro Potosí, luego se explotó el estaño.

Fue en 1947 cuando, frente a la falta de información veraz por parte del poder y la necesidad de medios de comunicación propios, favorables a sus intereses como clase trabajadora, se gestó la radiodifusión minera-sindical con la radio La Voz del Minero. Sánchez G. (2011)

La empresa minera Catavi, en el departamento boliviano de Potosí, había instalado un sistema de altavoces en lugares públicos de la comunidad con el fin de difundir noticias, mensajes institucionales y programas musicales de Radio Illimani, de propiedad estatal. Al ver el potencial movilizador del sistema de altavoces, los mineros decidieron instalar su propia red, para de esta manera contrarrestar la influencia de la emisora del gobierno, considerada por ellos como enemiga de la clase obrera. El siguiente paso fue instalar

su propia emisora, que sería el inicio de una serie de radios mineras que en 1954 llegarían a 24, que formaron la Red de Radios Mineras, unas de las destacadas fueron: Radio Pío XII y Radio Animas. Actualmente, a causa del cierre de casi todas las minas del Estado y la falta de sostenibilidad económica, solo quedan pocas radios mineras en Bolivia.

Estas radios mineras fueron un ejemplo de lo que más adelante se llamaría Comunicación popular y participativa: “Acceso, diálogo y participación fueron intuitivamente adoptados como características de su proceso comunicativo, en medio de una lógica de construcción colectiva a través del sindicato y del distrito minera” (Herrera, 2005). Lo que caracterizó a estas radios fue su capacidad de autogestión, pues fueron las aportaciones de los mineros las que permitieron no ceder ante presiones externas, eran ellos quienes decidían su rumbo.

Es importante destacar que este tipo de comunicación tenía que enfrentarse con el modelo de información imperante. A lo largo de los años el gobierno boliviano implementó medidas para frenar el impulso de las radios mineras e hicieron todo posible por callarlas, incautando equipos, con ataques militares y políticos, a lo que los mineros respondieron desde lo simbólico y cultural. (Sánchez G. 2011).

Este tipo de experiencias fueron analizadas posteriormente por teóricos como Mario Kaplún. Se retomaron estos lineamientos prácticos proponiendo una Comunicación Popular que enfatizaba el proceso: los hombres y las mujeres pasan por un proceso de acción-reflexión-acción que hacen desde su realidad, desde su experiencia, desde su práctica social, junto con los demás (Kaplún, 1998).

Reyero F. (2012) menciona que en Centroamérica se dieron otro tipo de experiencias, entre las cuales contamos la Radio Venceremos de El Salvador, que fue una radio guerrillera clandestina, voz del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional durante la guerra civil de los años 80 y que, tras acuerdos de paz, sale de la clandestinidad, poco a poco abandona su carácter político y se transforma en comercial. También se cuentan Radio La Voz Lenca, COPINH en Honduras y las Radios Unión y La voz de la Resistencia en Guatemala.

En Ecuador surgieron “las escuelas radiofónicas populares”, y hoy muchas de ellas han pasado a integrar la Coordinadora de Radios Educativas y Populares del Ecuador (CORAPE), organización que forma parte de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), que se gerencia desde Quito. México es otra de las naciones latinoamericanas donde las radios

campesinas alcanzaron un gran valor y fueron conocidas como “las radios indigenistas”. Ejemplo es “La voz de la Montaña”, y formaba parte de una red de emisoras educativas impulsadas por el Instituto Nacional Indigenista.

Siguiendo con nuestro recorrido en Latinoamérica, podemos mencionar a uno de los países más pobres: Haití, donde nació “Radio Soleil”, organizada en 1978 por la Conferencia Episcopal (postMedellín) para luchar contra la dictadura de Duvalier. En Argentina surgieron también experiencias en villas y asentamientos como el caso de “Radio de Villa 21” —luego convertida en “FM Zapucay”— fue una experiencia catalizadora porque con su trabajo permitió la formación de otras experiencias de emisoras de baja potencia en el Uruguay como “Radio Luna”, “Tirando a Rebelde”, “Uyuyuy”, “La Intrusa”, etc. Una experiencia similar fue en la comunidad de Macusani (en Puno, Perú) luego convertida en “Radio Allin Capac FM”, aunque de esta última emisora no se tiene muchas referencias.

También hubo experiencias de radios como “Radio Tierra” en Chile, el “Colectivo Radial Feminista” en Perú, o el “Colectivo Ondas de Mujeres”, organizada por participantes de la radio comunitaria “Centre-Ville” en Canadá. En América Latina el fenómeno de las radios comunitarias, ilegales o de baja potencia es más variado y extenso de lo

que se le suele presentar. Así, el concepto Radio Comunitaria es como el “cajón de sastre” donde se incluyen las diversas denominaciones de las emisoras vinculadas a la comunicación comunitaria.

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) explica que existen varias denominaciones que caracterizan a estas emisoras. Sin embargo, descarta que dicha adjetivación las diferencie demasiado. Añade que no es de relevancia el nombre de radio libre, comunitaria, educativa, participativa, etc. porque, los objetivos son los mismos.

## ***2.6.2. La radio comunitaria en Ecuador.***

### **2.6.2.1. Antecedentes.**

Las primeras radios comunitarias ecuatorianas, surgieron por la influencia de la experiencia de Radio Sutatenza, siendo las radios populares de Riobamba las que recogieron los nuevos principios y métodos para aplicarlos a su programación y enfocarlos hacia la alfabetización. De igual manera, igual que en otros países de Latinoamérica, la iglesia católica ha desempeñado un papel fundamental en la creación y apoyo a medios comunitarios, pues encontraron en este medio una forma fácil para acercarse

al pueblo y evangelizar. Fue gracias al apoyo de Monseñor Leonidas Proaño, que en 1962 se fundó las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE), red que estaba conformada por algunas radios comunitarias enfocadas en la alfabetización, educación y evangelización de los pueblos indígenas.

A pesar de que en Latinoamérica la radio popular ha sido protagonista de las luchas sociales, en Ecuador, su fuerza se evidenció inicialmente en los grupos indígenas. CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina) fue un actor importante para el surgimiento de los primeros medios comunitarios en el país y en conjunto con Radio Latacunga y financiamiento de la OEA (Organización de Estados Americanos) planteó en 1983, “el proyecto de formación de comunicadores populares, que luego se llamó de Cabinas Radiofónicas de Cotopaxi” (Prieto D., 1999): 76). El objetivo del proyecto final fue que campesinos e indígenas pudieran difundir sus pensamientos a través de las radios comunitarias existentes, que posteriormente impulsaron a esta población a crear sus propios medios de comunicación comunitarios. Inti Pacha en Cangahua, cantón Cayambe, fue la primera radio indígena, que “propició el surgimiento de otras en Imbabura, Chimborazo y Bolívar que, poco a poco,



consolidaron un concepto de radios indígenas comunitarias” (López V., 2010). Sin embargo, al igual que las radios pertenecientes a CORAPE, algunas tuvieron que constituirse también como comerciales por las limitaciones de la época.

En junio de 2013, con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, se generó un nuevo camino para la radio comunitaria en el país, pues los define de manera expresa y se abren posibilidades con artículos como el 106, que señala que el 34% del espectro radioeléctrico estará destinado a los medios comunitarios.

Gehrke et al. (2016) señala que en la actualidad, la participación del sector comunitario es de solo el 3% frente al 78% para las radios privadas y el 17% de servicio público. Hasta el 2015, de las 1085 emisoras existentes, solo 39 estaban registradas como comunitarias, todas transmitiendo en FM.

La LOC en el artículo 85, define a los medios de comunicación comunitarias como: “... aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de

lucro y su rentabilidad es social.” Y en el artículo 86, se afirma el compromiso del estado con el apoyo a este tipo de medios. “El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad. El Estado se compromete a brindar el apoyo necesario para que estos medios de comunicación puedan contar con acceso a créditos, exención de impuestos para importación de equipos y capacitación para los trabajadores.”

Con respecto al financiamiento, el artículo 87 dice: “Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos. Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen.”

#### **2.6.2.2. Asociaciones de Medios Comunitarios**

## **en Ecuador.**

En el ámbito de medios comunitarios, obedece especial mención la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (CORAPE), Cuenta con 3 redes: Red Informativa, con alcance nacional, con radios distribuidas en 21 de las 24 provincias de Ecuador; Red Amazónica, que se ocupa principalmente de la integración y el desarrollo de las culturas indígenas de la región amazónica y; Red Kichwa, encargada de impulsar las culturas y nacionalidades indígenas de Ecuador, como también la democracia, el ecumenismo y la interculturalidad. Entre los medios afiliados, se cuentan actualmente 26 radios, entre las cuales está la Radio Ilumán en la provincia de Imbabura.

La CORAPE se define en su código deontológico como: "... populares por tener raíces milenarias en este territorio plurinacional, habitado por blancos, mestizos, mulatos, montubios, indígenas y afrodescendientes y por lo tanto multicultural" ([www.corape.org.ec](http://www.corape.org.ec)). Cuenta con un plan nacional de formación y capacitación que mantiene actualizados a los miembros de la red, además asesora la capacitación, implementación, compra y mantenimiento de instalaciones radiofónicas, con el fin de que sus afiliadas

cumplan con estándares de calidad tanto en la producción como en la salida al aire.

Otra red importante es la Asociación de Radialistas Apasionadas y Apasionados, ONG sin fines de lucro que tiene su sede en Quito. Tiene un centro de producción radiofónica y sus programas pueden ser retransmitidos por medios comunitarios. Además, Radialistas ofrece capacitaciones periodísticas.

De otro lado, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) ha dado un importante apoyo a los medios comunitarios durante los últimos 30 años y ha ofrecido capacitaciones para estaciones de radio especializadas en asuntos indígenas.

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) es una red de radios populares que nació inicialmente con el fin de promover la educación y alfabetización a distancia. CORAPE es la representación de ALER en Ecuador. Otras organizaciones sociales que apoyan a medios comunitarios son la Fundación GAMMA (Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay), la Agencia Nacional de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes (ACNNA), la Asociación para el Progreso de

las Comunicaciones (APC) y la ya mencionada Corporación Participación Ciudadana. Su apoyo consiste básicamente en asesoramiento técnico, capacitaciones y comentarios críticos sobre coberturas informativas.

### **2.6.2.3. La situación actual.**

Luego de este análisis del pasado y presente de la radio comunitaria en Ecuador es importante destacar la realidad del medio, a pesar de las esperanzas que surgieron con la Ley de Comunicación en 2013, el posicionamiento de la radio comunitaria y el tratamiento igualitario con los medios privados aún está lejos de darse, pues existen grupos de poder dispuestos a no permitir que su control sea disminuido, compartido y peor pase a manos populares. Esto teniendo en que “la presencia de medios comunitarios tiene implicaciones políticas, económicas e ideológicas, (Montesdeoca, 2014) y puede amenazar seriamente los intereses de las clases de poder. Según este investigador, la apertura dada en la LOC representa una oportunidad “teórica” para los pueblos, las organizaciones sociales, indígenas y campesinas, que pueden acceder a un número importante de frecuencias de manera paulatina.

En el año 2016 se inició el concurso de frecuencias, que es llevado por los entes reguladores de la Comunicación en

Ecuador ARCOTEL (Agencia de Regulación y Control de las Comunicaciones) y CORDICOM (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación) con 834 postulantes, entre las cuales se cuentan 14 radios comunitarias con solicitud para AM y 204 para FM, para un total de 228 solicitudes de radios comunitarias. (ARCOTEL, 2016). Se espera que este concurso tenga resultados positivos para las Nacionalidades y pueblos y se cumpla lo mandado en la LOC.

### ***2.6.3. Características de la radio comunitaria.***

Flores, M. (2006) propone que las características de la radio comunitaria dependen en gran parte del espacio geográfico de donde surgen, razón por la cual es difícil establecer características comunes a todas las radios del mundo. En este apartado mencionaremos las características basados en las experiencias latinoamericanas. Así, la radio comunitaria es:

- ✓ **Educativa**, Una de las tareas principales de la radio comunitaria es educar, pues tiene el compromiso de aprender a mirar, escuchar y sentir su público, para a partir de allí enseñarle a entender mejor las cosas, a tener sentido crítico. Así, este tipo de emisora

parte de la realidad que viven sus oyentes, de quienes recoge sus éxitos y sus fracasos, además, difunde sus problemas y sus alternativas de solución y procura que sus oyentes propongan alternativas basadas en argumentos sólidos, de acuerdo a leyes nacionales y experiencias diarias.

- ✓ **Participativa:** pone sus micrófonos en la calle, traslada sus programas de las cabinas a cualquier lugar de la ciudad o del campo. Hace radio fuera de la radio y de esta manera se consigue una programación con incidencia pública y política, generando empatía en la población.
- ✓ **Descentralizada.** La transmisión de sus programas más representativos, desde lugares alejados y distantes a sus estudios centrales, ha hecho que la radio comunitaria explore y experimente una programación descentralizada.
- ✓ **Integradora.** Con diversos géneros radiofónicos fortalece las experiencias locales, las intercomunica con otras y posibilita la integración de los pueblos y autoridades.
- ✓ **Inclusiva.** Propugna porque los sectores menos favorecidos de su audiencia intervengan en los asuntos públicos de sus localidades y sus regiones.

- ✓ La **finalidad** de las radios comunitarias debe ser una búsqueda constante del cambio social, el servicio a la comunidad, los objetivos sociales por los que luchamos. Concordando con el planteamiento de López V. (2015), “Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva —y por ello, el nombre de construir comunidad.”
- ✓ **La legalidad** de las emisoras comunitarias pasa por el derecho a la libertad de expresión y de pensamiento, derecho de informar y estar informado y está ligada a la existencia de regulaciones y políticas claras de Estado que propicien el ambiente adecuado para que una experiencia de emisora comunitaria pueda desarrollarse sin censura y sin presiones. En general, las legislaciones en América Latina califican a las radios comunitarias como de mínima cobertura, pues les está permitido transmitir solo en espacios limitados geográficamente.
- ✓ **Cobertura y potencia.** Las radios comunitarias no se definen por la potencia de su transmisor o, por su ubicación en zonas rurales. Las radios comunitarias pueden ser grandes o chicas, de corto o más



alcance geográfico. Lo comunitario no hace referencia a un lugar pequeño sino a un espacio de intereses compartidos. (López V., 2005)

- ✓ **Uso de equipos y nuevas tecnologías.** Aún existen grandes diferencias en el uso de equipos de última generación entre estas radios. Así, algunas trabajan con computadora, con los últimos programas informáticos y hasta en cinco áreas de la empresa. Otras sólo tienen una computadora en la cual, por horas, realizan diversas tareas.
- ✓ **Programación.** La programación de la radio comunitaria debe reflejar las necesidades planteadas de su público y apoyar el proyecto político comunitario. Asimismo, debe englobar contenidos representativos de los intereses de la comunidad en la que se desenvuelven. De otro lado, atendiendo a la pertinencia lingüística y cultural, las radios comunitarias de los pueblos indígenas tienen la misión de preservar sus lenguas originarias, por lo tanto, es necesario que su programación esté orientada a ello.
- ✓ **El rol del comunicador.** Siempre se ha cuestionado la calidad profesional del personal que trabaja en una emisora comunitaria. Incluso, las legislaciones

que norman el accionar de estas radios proponen la siguiente analogía: comunitario=artesanal=aficionados. Tanto a los remunerados como a los voluntarios, la dirección de una radio debe exigirles buena preparación: lo que se conoce como profesionalismo (López Vigil, 2000). Para los comunicadores que apuestan a este servicio, lo comunitario no es una opción, debe ser un estilo de vida, es una vocación social.

- ✓ **El trabajo informativo** va ligado a su aporte en la construcción de democracia, se busca la pluralidad y equilibrio en la participación. Los informativos en estas emisoras no solo buscan la opinión oficial, sino que se prioriza la gente de la comunidad. Un problema es que, en algunas emisoras de este tipo, la producción informativa no ha logrado una cobertura nacional expectante. Esto limita mucho la capacidad de incidencia en la opinión pública.
- ✓ **El financiamiento y la publicidad.** Las radios comunitarias reinvierten sus ganancias en la misma emisora y en sus proyectos de desarrollo social.

En su libro “Manual Urgente para Radialistas” López Vigil hace un análisis de lo que no es una radio comunitaria. Es

importante destacar que, hasta el momento, una de las razones por las que la radio comunitaria ha tenido dificultades para su reconocimiento y sostenibilidad es porque no se tiene claro lo que realmente es. Se confunde, por ejemplo, con radios de baja potencia, lo que las condena a ser siempre algo pequeño, solo para las áreas rurales, para poblaciones alejadas de centros urbanos, donde no llegan las “verdaderas radios”.

Se tiene también el concepto de que una radio comunitaria siempre tiene que estar relegada a la banda AM, es decir, se tiene la idea de que lo comunitario se define por el lugar que ocupa la emisora en el espectro radioeléctrico, lo cual no es.

De otro lado, una de las tendencias es a identificar radio comunitaria con ilegal, o sin licencia. De hecho, muchas experiencias de radio comunitaria en los diferentes países de Latinoamérica se encuentran a la espera de que sus propuestas radiofónicas sean reconocidas y tengan un lugar en el espectro radioeléctrico, muchas superando todas las dificultades, retos, inversiones que implica el trámite de solicitud de una frecuencia. Lo ilegal, según López V. (2005) es que los Estados no den cumplimiento a lo que promulgan sus cartas magnas en cuanto al derecho al acceso a las frecuencias. Existen leyes internacionales

que obligan a los estados a establecer los mecanismos para otorgar a los pueblos indígenas los medios para la creación de sus medios de comunicación, pero como la radio comunitaria más allá de ser un medio de comunicación, es la expresión de un proyecto político, comunicativo, cultural, se dificulta el proceso y no se da cumplimiento a lo mandado.

Algunos tienen la idea de que lo comunitario tiene que ver con lo artesanal, de aficionados, espontáneo, sin calidad técnica. Tal vez por falta de recursos, se inicia con equipos de segunda mano y locutores improvisados, pero poco a poco, si el proyecto está bien encaminado, se va consolidando el proyecto, mejorando la producción y los productores.

Una de las dificultades de las radios comunitarias es su escaso recurso económico que muchas veces no permite pagar salarios pertinentes y hacen necesario que franjas amplias sean trabajadas por personal voluntario, pero esto no debe dar pie a que no haya profesionalismo y calidad en el trabajo, tanto a voluntarios como a remunerados se les debe exigir buena preparación y programas realizados con profesionalismo. Aclarando aquí que profesional no es sinónimo de egresado de una universidad, la

profesionalidad radiofónica se consigue con investigación y mucha práctica bien evaluada.

Otra de las suposiciones con respecto a las radios comunitarias es que necesariamente tienen que ser de propiedad comunitaria, es posible, es el deber ser, pero cabe aclarar más que la propiedad del medio, se debe apostar por la apropiación del mismo por parte de la audiencia, que participan en ella, en su programación y se ven representados en sus mensajes.

Por último López V. (2005) aclara el aspecto de la publicidad de las radios comunitarias, indicando que el hecho de pasar anuncios comerciales a través de la radio no hace que ésta sea comercial y menciona la necesidad de la publicidad pues las radios comunitarias no deben ir al extremo de ser medios sin fines de lucro a sin lucro.

#### ***2.6.4. Sostenibilidad de la radio comunitaria.***

La sostenibilidad de una radio comunitaria es el resultado de una serie de condiciones, que van más allá de lo económico, que implican lo organizacional, social, así como lo económico. Para que una radio sea sostenible, debe tener adecuadas relaciones con su comunidad – geográfica, cultural o social – debe tener algún tipo de

desarrollo organizacional y la capacidad para asegurarse los recursos necesarios que permitan su funcionamiento y el cumplimiento de sus objetivos.

Para operar eficazmente, la radio comunitaria depende del ambiente legal propicio que le brinde reconocimiento legal y, al mismo tiempo, fomente la valoración política de su desempeño y facilite la movilización de recursos y el establecimiento de mecanismos de apoyo adecuados. Desafortunadamente, los entes reguladores y otros encargados de tomar decisiones no son suficientemente conscientes de las dificultades que enfrenta este sector, pues no se visibilizan desde su potencial para facilitar el diálogo, promover la participación ciudadana, preservar la diversidad cultural. Por otro lado, sin embargo, ni la radiodifusión nacional ni las leyes pertinentes hacen diferencia entre la radio comunitaria y la comercial, y esperan que el sector comunitario se financie con los mismos mecanismos del mercado que utiliza la radio comercial. Más allá de su complementariedad, la radio comunitaria se ve forzada a competir con la comercial, buscando, como objetivo principal de su programación, alcanzar audiencia para los anunciantes. En algunos casos existen políticas que le permiten al sector comercial obtener licencias para operar radios comunitarias con fines de

lucro. Aun cuando las políticas establecen disposiciones para la especificación de la radio comunitaria, la financiación no siempre está disponible para ser implementada, por lo tanto, se pone en peligro su sostenibilidad.

Gumucio (2006) analiza la sostenibilidad bajo 3 aspectos: social, institucional y económico, entre los cuales debe haber equilibrio para lograr no solamente la supervivencia sino el desarrollo de los procesos de comunicación participativa.

La sostenibilidad social, está íntimamente ligada con la participación de los actores sociales, el respaldo y la apropiación que se tenga del proceso comunicacional. Una radio comunitaria, ante todo, es un hecho político cultural y por ello mismo, será necesario revisar, constantemente cómo construye su relato en todas las dimensiones de su proyecto. La radio es una relación comunicativa y política. Las emisoras comunitarias y ciudadanas se volverán más sostenibles si son capaces de hacer coherente lo que se piensa, lo que se dice y lo que se hace con cómo se lo hace. Hay que salir de las visiones instrumentales y dualistas que separan la política de la técnica. La pertinencia cultural y lingüística es otro de los factores que

contribuyen a la sostenibilidad social de los proyectos político-comunicacionales comunitarios.

Finalmente, para que exista sostenibilidad social, la radio debe tener impacto e incidencia en los objetivos de la organización y la comunidad, es decir, debe contribuir en las transformaciones sociales y generar credibilidad, no solo a nivel de la información que se difunde sino con el conjunto de la programación y la posición ideológica del medio.

El segundo factor hace referencia a la sostenibilidad institucional, lo cual tiene que ver con el hecho de que existan las condiciones legales para que se desarrolle la experiencia de manera adecuada. Sin embargo, la no existencia de tales condiciones no ha impedido la proliferación de experiencias comunitarias sobre todo en América Latina. Dichos factores pasan por la legislación, la reglamentación y las políticas estatales que se ven afectadas por el dominio o deseo de poder de la clase dominante entre los cuales se encuentran medios de comunicación masivos a manos de empresarios que no ven con buenos ojos la presencia de medios que cuestionen su proceder.



El hecho de que no haya las condiciones legales y políticas, no constituyen el único factor determinante de la sostenibilidad institucional. Hay muchos ejemplos de radios comunitarias que se consolidaron a pesar de las amenazas y de las agresiones que sufrieron por parte de gobiernos autoritarios. Esto indica que hay otros aspectos que inciden directamente en la sostenibilidad institucional: la propiedad del medio que debe ser necesariamente la comunidad; la organización interna; las relaciones laborales y los recursos humanos y, los mecanismos y la transparencia de la gestión.

Finalmente, la sostenibilidad institucional no debería analizarse solamente desde la perspectiva de experiencias aisladas, sino en función de las relaciones que se establecen entre los medios alternativos, participativos y ciudadanos. La conformación de redes, por ejemplo, es una garantía adicional para la supervivencia y el desarrollo de los medios comunitarios. En sociedades empobrecidas por la explotación, donde la sociedad civil ha retirado su confianza de la clase política, de los partidos y de las instituciones tradicionales, la emergencia de nuevas redes de actores sociales aglutinados en torno a problemas comunitarios, constituye un ámbito propicio para la sostenibilidad.

La construcción en red con organizaciones y movimientos sociales puede ser una estrategia de sostenibilidad viable y coherente al mismo tiempo. La producción radiofónica como complemento del trabajo de otras organizaciones se convierte en una fuente de ingresos vinculada directamente con los saberes y capacidades de las y los integrantes de las emisoras.

El último factor a analizar, no el más ni menos importante, es la sostenibilidad económica. Para prestar el servicio que brindan a la comunidad, los medios de comunicación ciudadanos, alternativos y comunitarios deben buscar recursos que les permitan financiar sus actividades, renovar sus equipos, cubrir los costos de los servicios básicos, pagar a los trabajadores e invertir en el desarrollo de nueva programación. La misma legislación que en algunos países favorece el estatuto de las radios comunitarias, reconociéndolas como instituciones que desarrollan actividades de apoyo a la educación, la cultura y el desarrollo, generalmente limita las posibilidades de las radios a autofinanciarse mediante la publicidad.

Desde el punto de vista de la sostenibilidad económica, lo ideal sería lograr un equilibrio entre la generación de ingresos por concepto de publicidad y convenios, el apoyo de instituciones nacionales, organismos de cooperación

internacional y grupos de solidaridad externos a la comunidad, y las contribuciones de la propia comunidad y de los trabajadores del medio de comunicación, que van desde aportes económicos hasta trabajo en voluntariado.

A pesar de lo anterior, las radios comunitarias deben llevar a cabo las acciones necesarias para darse su sostenibilidad y continuar con el ejercicio de su función de dar voz a los sin voz y promover el cambio social para el que fueron creadas y para ello no existen fórmulas mágicas, recetas hechas. Sin embargo, exploraremos las siguientes alternativas de sostenibilidad.

- ✓ Uno de los mecanismos a los que han acudido la mayoría de los medios comunitarios en los diferentes países en donde se han dado lugar, es el apoyo de organizaciones o agencias internacionales. Sin pretender depender de estos apoyos y por tanto adoptar una actitud paternalista, esta es una opción a la que las radios pueden acceder.
- ✓ Una segunda opción para tener sostenibilidad y asegurarse los recursos son los fondos públicos, que son obligación de los estados. Específicamente el Estado ecuatoriano en los últimos años ha proclamado estar a favor de los derechos de los pueblos indígenas, promueve el *sumak kawsay*

como bandera de lucha, pero no brinda las garantías para el cumplimiento de tales derechos, en cuestión de destinar fondos para el funcionamiento de medios de comunicación comunitarios e indígenas y pone trabas a la adjudicación de las frecuencias. Sin embargo, aun no contando con estos recursos, se tiene la opción de publicitar campañas o proyectos generados desde los municipios o entes estatales, de prevención de enfermedades, de violencia, de medio ambiente, participación ciudadana, etc., sin poner en riesgo el proyecto político del medio.

- ✓ Una tercera opción para obtener recursos y asegurar la sostenibilidad económica es la cooperación de la misma audiencia, es decir, la comunidad. Para esto se pueden crear asociaciones de oyentes o similar, que realicen mensual o anualmente determinado aporte, para lo cual se necesita que las personas sientan suya la radio y que vean que su aporte es útil, que contribuye a su causa y que además están constatando que la radio está produciendo programación de calidad.
- ✓ De otro lado, también existe la opción de “combinar la radio con otras iniciativas culturales, artísticas, de entretenimiento. “Junto a la radio, una cafetería. O

una librería. O un saloncito para proyectar películas. O para instalar una escuela de locución y periodismo. Los equipos de la emisora se pueden alquilar. Bailes. Rifas. Discomóvil. Bingo radiofónico. Competencias deportivas. Venta de CDs. Venta de artesanías. Venta de truchas y quinua, como hacen los de ERPE, en Riobamba. Venta de verduras y un comedor popular, como hacen las campesinas de La Achirana, en Ica, Perú.” (López V. 2005).

- ✓ Por último, el mercado publicitario, que no hay que desdeñarlo, obviamente bajo un código de ética publicitaria, es decir, no publicitar productos que vayan en contra de los objetivos sociales de la radio, de la comunidad, de la vida misma.

#### **2.6.5. Programación radiófonica.**

En un primer acercamiento, podríamos decir que ésta no es otra cosa que el conjunto de programas que transmite una emisora. Hablamos de programación diaria, semanal, mensual. Hablamos de programación regular, cuando se refiere a los días laborales, de programación de fin de semana, de programación especial para fiestas y vacaciones. Lo que sale al aire, lo que se produce en la radio, es lo que comúnmente conocemos como

programación radiofónica. La programación, entonces, se piensa y estructura a partir de los horarios y las costumbres del público al que se quiere llegar, el perfil de la radio, el formato, etc. Será una programación radiofónica diseñada en dos direcciones, desde lo que quiere la radio y desde lo que quieren los oyentes. Una programación diseñada solo en los objetivos de la radio no tiene éxito, al igual que una programación pensada solamente en los oyentes.

#### **2.6.5.1. Modelos de programación.**

Antes de seguir adelante, vale la pena recorrer los diferentes modelos de programación que se han experimentado en la historia radiofónica. Para esquematizar, hablemos de cuatro tipos básicos de programación: la total (de todo para todos); la segmentada (de todo para algunos); la especializada (de algo para algunos); y las llamadas radio-fórmulas. (López V, 2005)

**Programación Total.** También se la conoce como general, convencional, de servicio completo que se caracteriza por ofrecer una variedad de géneros y contenidos a una audiencia igualmente variada. Esto no implica que todos los espacios sean para todo público. La segmentación de los oyentes se puede dar a nivel de programas, pero el

conjunto de la programación pretende alcanzar a muchos y variados públicos.

**Programación segmentada.** Segmentar es seleccionar públicos. En este modelo, no se trata de la segmentación de uno u otro programa, sino de la programación en su conjunto, es decir, marcar un target global para la radio. Los contenidos de los programas, los géneros y formatos, siguen siendo variados. Pero toda esa variedad se orienta a un público objetivo, preferencial. El origen de los modelos de programación segmentada y especializada tiene relación directa con el mercado y la publicidad. En este segundo modelo de programación, encontramos las radios juveniles, las radios femeninas, las radios que buscan captar el creciente segmento de los migrantes del campo a la ciudad, las emisoras infantiles.

**Programación especializada.** Un paso más. Ya no sólo se segmenta la audiencia, sino que se especializa la programación. Se especializan unas veces, los géneros radiofónicos. Otras, los contenidos, la temática tratada en ellos.

**Las radio-fórmulas.** Son también conocidas como radios de formato, porque en este modelo de programación se determina no solamente el público, el género y los

contenidos, sino hasta el mismo formato, repetido con muy ligeras variaciones durante todas las horas, todos los días y todas las semanas del año.

A partir de esta conceptualización, una radio comunitaria, por su propósito social, se enmarca dentro de la programación segmentada y especializada. La programación se hace en función de la comunidad y para la comunidad, se privilegian los temas y formatos que den cuenta de la vida de la comunidad.

#### **2.6.5.2. Ciclos de la producción radiofónica.**

Los ciclos de la producción radiofónica suceden en una serie de momentos y cada paso o ciclo se vincula con otro. La producción es un proceso dinámico que fluctúa de acuerdo a las necesidades, los tiempos, los objetivos y el contexto del trabajo radiofónico y del quehacer comunicativo. De manera que es necesario que el proceso de producción implique una constante retroalimentación entre las distintas etapas, que ayudan a enriquecer el trabajo de producción, por lo que nos debemos permitir cierta flexibilidad en avanzar y regresar con el fin de ir modificando y corrigiendo errores.

#### ***Pre-producción***



Esta etapa es importante, porque es la que define los aspectos más generales que van a guiar todas las demás etapas. Es una especie de bosquejo al que deberemos recurrir durante todo el trabajo de producción.

Para iniciar correctamente es necesario realizar un buen diagnóstico, para lo cual será importante conocer: 1) El contexto, con el fin de determinar qué instituciones hay en la zona, cuáles tienen credibilidad y con cuáles se podrá establecer alianzas. 2) Los públicos, para determinar a quiénes se dirige esa programación, sus horarios, lo que les gusta y disgusta, la manera cómo se divierten, la música que prefieren, cómo hablan, lo que opinan de la situación que vivimos, sus necesidades más apremiantes, qué otros medios de comunicación consumen, cultura, costumbres, religiosidad, etc. Como pertenecientes a la misma comunidad y al mismo pueblo, podemos tener referencias generales sobre estos aspectos, pero es necesario tener ese acercamiento a la realidad de los potenciales oyentes y de esa manera, armar una programación más atinente, más propia. 3) La competencia para determinar cuántas emisoras entran en los receptores de mis oyentes potenciales, qué alcance tienen, a qué necesidades del público responden, cuáles son sus mejores programas y sus locutores favoritos. 4) El equipo,

con qué recursos humanos se cuenta, su capacitación motivaciones, sus interrelaciones, el equipo técnico del que se dispone, los recursos financieros con los que se cuenta y las posibilidades reales de autofinanciación.

### ***Organizar para producir***

Una vez que hemos recolectado toda la información necesaria de acuerdo a la planificación general y los objetivos que nos planteamos, debemos decidir cómo vamos a utilizar esa información.

Lo primero será volver sobre el material recolectado y realizar una lectura del mismo de acuerdo a los objetivos que nos planteamos en la primera etapa.

Se puede fragmentar la información en torno a ejes temáticos que sirvan de guía para el desarrollo de la información. También es importante decidir cómo va a situarse contextualmente la información que saldrá al aire. En esta etapa se realiza también la redacción, y el guion o la pauta del material que se va a presentar.

### ***Post-producción***

En esta última etapa se procede a la auto-evaluación de las dos etapas anteriores, o sea de la preproducción (determinación de objetivos y roles del equipo, recolección

y selección de información) y de la producción (salida al aire).

Un buen recurso para realizar esta etapa es grabar la salida al aire del programa y realizar una escucha atenta del mismo para después poder evaluar lo escuchado.

### ***Validación, monitoreo y evaluaciones periódicas***

Es necesario evaluar la programación antes, durante y después de su difusión, para lo cual será necesario cumplir 3 tareas:

**Prueba de materiales.** Se sugiere probar el programa que se quiere sacar al aire con un grupo de oyentes representativo de nuestro público objetivo con el fin de no arriesgar tiempo y dinero.

**Monitoreo permanente.** Un programa nuevo necesita de un monitoreo constante y continuo, para ir analizando cómo va quedando, qué reacciones provoca, cuánto participa la gente, qué relación establece el conductor con su público. Esto con el fin de ir haciendo las mejoras necesarias.

**Evaluaciones periódicas.** Es necesario realizar una evaluación más amplia por lo menos una vez al año para conocer cómo está llegando el programa al público que se pretende alcanzar, esto debido a que el oyente se cansa,

se aburre, busca otras propuestas, los productores también se desgastan y se va perdiendo el impulso inicial.

Para las tres acciones mencionadas — validar, monitorear, evaluar— se puede recorrer los dos caminos clásicos de la investigación: el más cuantitativo, que se trabaja en base a encuestas, y el más cualitativo, que emplea las entrevistas individuales, las colectivas y los conversatorios con grupos focales.

### **2.6.5.3. Parrilla de programación.**

Es el conjunto de programas que se establecen para ser transmitidos durante un periodo específico de tiempo, después de haber seguido y tenido en cuenta los aspectos anteriormente mencionados. Se trata de un proceso de ajustar y balancear muchos aspectos en busca de un todo armónico. Será necesario balancear los espacios, hablados y musicales, informativos y deportivos, los de mensaje y de entretenimiento, en el porcentaje que salga del diagnóstico hecho en la etapa anterior. Será necesario tener equilibrio también en los géneros y formatos, inventar si es necesario los que no existen, así como los temas a tratar, deberán ser temas que den cuenta de todas las dimensiones del ser humano, las intelectuales, afectivas, productivas, lúdicas, espirituales, etc. Balance de voces también para no llegar

al aburrimiento con el mismo tono, no se trata solo de equidad de género sino de contraste de voces. Aunque se trate de una emisora comunitaria y/o indígena y en función de la interculturalidad, deberá haber cabida para todos los sectores sociales, todas las opiniones. Debe haber igualmente balance de participación, entre lo popular y lo profesional.

#### **2.6.5.4. Titulando los programas.**

Es importante tener en cuenta el nombre de los programas, pues en la radio como en la vida, los nombres atraen o repelen al receptor, por lo tanto, es necesario revisar los nombres de los programas actuales y ver qué tan sugestivos están siendo para el público. El primer elemento con el cual nos damos cuenta qué tan original está siendo la emisora es con los nombres de los programas.

López V. (2015) nos sugiere algunas normas o guías para seleccionar los nombres de los programas:

En primera instancia, sugiere evitar títulos largos pues no son recordados por los oyentes, los abstractos, pedagógicos o ideologizados, pues llegan a poca gente y no dan lugar a la imaginación del oyente, no tocan los sentidos.

Se aconseja no usar gerundios en los títulos, más bien usar en lugar de verbos, los adjetivos y sustantivos. Los títulos muy comunes, por ejemplo, los que comienza con “La hora de... la mañana en..., el festival de..., etc., no dan el toque de originalidad que busca la audiencia y con la que la podemos atraer, al contrario, será necesario inventar títulos que suenen bien, que sean agradables al oído. Una opción más es crear títulos típicos, con expresiones propias de la comunidad, con refranes, dichos, y si además llevan humor, mucho mejor.

Algunos títulos tendrán que adaptarse al quehacer y el entorno de los oyentes, a sus horarios, por ejemplo, las audiencias juveniles gustan de títulos locos e irreverentes. Para oyentes adultos, caben títulos más clásicos. Los deportistas prefieren palabras altisonantes y agresivas. Los niños, nombres llenos de fantasía. Como en toda buena comunicación, también los títulos hay que pensarlos desde el gusto de los oyentes y no del nuestro.

#### **2.6.5.5. Investigación en programación.**

Puesto que la programación en una radio es como un ser vivo, los programas nacen, se producen y mueren o son eliminados. Para tomar esas decisiones, es conveniente averiguar lo que desencadenó que cayera la audiencia.

“Los cambios en la programación implican sacrificios, pero si después de una evaluación se considera necesario hay que hacerlo.” (López V., 2005)

Anteriormente se habló de la utilidad de la investigación para determinar la programación. Es tan importante investigar cómo, saber qué, para qué y cuándo hacerlo.

**¿Para qué investigar?** Se investiga para correr los menores riesgos posibles, para no empezar de la nada, para saber si lo que se está haciendo está bien o no, para conocer las propias posibilidades o límites, para conocer el porqué de los errores y aciertos, para transformar la programación radiofónica.

**¿Qué investigar?** Se debe investigar lo que no se sabe, lo que no es obvio. El conocimiento puramente académico es útil, para orientar de mejor manera la producción.

**¿Cuándo hay que investigar?** Se investiga cuando no se entienden determinados comportamientos ni preferencias de los radioescuchas, a pesar de haber puesto lo mejor de parte de la radio, cuando se requiere conocer lo que el oyente quiere de la radio, cuando las cosas no están saliendo como se planificaron.

Una vez se tienen los resultados, se tienen que interpretar a la luz de los conocimientos que se tienen, de lo que se propuso con la investigación, del conocimiento que se tienen de la audiencia. Estos obtenidos e interpretados deben servir como pistas para ajustar lo que no lo esté, debe dar pistas del desnivel entre lo que se ofrece y lo que la audiencia demanda.

Las investigaciones son punto de partida más que de llegada, los resultados de la investigación son señalizaciones de ruta. Advertencias para el camino. “Pero el camino —también el radiofónico— se hace al andar.” (López V. 2005)

### **CAPITULO III**

#### **3. La Radio Ilumán desde la versión de sus actores**

##### **3.1. Historia de la Radio Ilumán**

De la misma manera, como se crearon la Radio Voz del Minero en Bolivia y la Radio Sutatenza en Colombia, descritas en la fundamentación teórica del presente trabajo; y según la (ALER, 2016) en 1990 durante el levantamiento del movimiento indígena o levantamiento del *Inti Raymi* que fue una lucha reivindicativa en torno al parcelamiento de tierras y la reforma agraria, en la región sierra norte del



Ecuador la Federación de Pueblos Kichwas de la Sierra Norte FICI, y la Asociación de Jóvenes Kichwas de Imbabura-AJKI, miran la importancia de crear una propia radio con el fin de difundir las problemáticas de los pueblos y nacionalidades del Ecuador, por lo que en esa época los medios de comunicación no tomaban en cuenta a las comunidades indígenas y más aún sus necesidades, opiniones, ideas, alternativas, cosmovisión, cultura, gastronomía, modos de producción, entre otras, que estaban constantemente ausentes a ser difundidos. En palabras de Rosa María Alfaro “quien no está en los medios no existe”; de esa manera, surge la idea de crear un medio de comunicación propia que acoja a estos sectores marginados a transmitir sus programas radiales con contenidos de acuerdo a las necesidades de la audiencia.

En 1996 se pone en marcha la iniciativa de crear una radio, gracias a los contactos de Carmen Yamberla, en ese entonces Presidenta de la FICI, se logra acuerdos con el personal de Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina-CIESPAL, organización que promueve el derecho a la comunicación, quienes apoyaron técnicamente y donaron algunos equipos como una consola, dos decks, un transmisor de 10 vatios, dos

micrófonos y un tocadiscos, con la finalidad de crear la radio comunitaria.

Luego de contar con la donación de los equipos básicos para la radio, se busca el lugar donde se implementaría la radio comunitaria, de tal manera que se considera que la mayor parte de jóvenes de la Asociación pertenecías a la comunidad Ilumán Bajo, se decide que la radio se implemente en la comunidad Ilumán Bajo.

Mientras se analizaba la parte jurídica de la radio, a la par se construía la torre de la antena en un sitio estratégico para poder cubrir a las comunidades más cercanas, pero esta construcción demandaba de recursos económicos, siendo así como principio en los pueblos indígenas establece la minga- trabajo en común para el beneficio colectivo, reaccionan las tres organizaciones que estaban al frente de esta iniciativa, acordaron aportar en medio de sus posibilidades económicas, donde la AJIK aporato con 800 mil sucres, la Comunidad Ilumán Bajo con 500 mil sucres y la FICI con 500 mil sucres. Tal construcción tardo mucho tiempo en culminar pero se logró gracias al trabajo colectivo de la gente.

En el año 1997 se coloca la torre de la antena, con falta de un local para la instalación de los equipos, mientras tanto

los equipos donados seguían encargados en algún local estando inutilizados.

Por otro lado, los trámites legales de funcionamiento se delegó que se realizaran desde el cabildo de la comunidad de Ilumán Bajo que lamentablemente esta responsabilidad no tenía progreso con la organización que se responsabilizó, de tal manera que esta responsabilidad se le entrego al dirigente de comunicación de la FICI que tampoco progreso, por lo tanto entre las tres instancias (AJKI, Comunidad Ilumán Bajo y FICI) acordaron que la AJKI se encargue de la legalización para el funcionamiento de la radio.

A fines del año 1997, contaron con un local donde se da uso a los quipos que permanecían guardados, iniciaron la práctica con la grabación, la locución y la animación de la música.

Con el apoyo de un técnico de CIESPAL se instaló la cabina de grabación y decidieron salir al aire ilegalmente, transmitiendo una hora en la mañana y otra en la noche.

Para ese entonces la radio comunitaria se denominaba “Onda Cósmica” cuyo nombre hacia reverencia a la frecuencia ilegal; frente a la emisora estaban cinco

responsables, todos miembros de la AJKI y la comunidad Ilumán Bajo.

En 1998, insisten la legalidad de la frecuencia, presentando documentos respectivos a las instancias correspondientes, solicitando frecuencia para una radio comunitaria, la que fue negada.

Luego de la negación se analizó esta situación en equipo y deciden solicitar una frecuencia de carácter comercial, con la finalidad de conseguir la frecuencia legal, sabiendo que las actividades serán de carácter comunitario.

Sin tener aún legalidad pero seguían al aire transmitiendo sus programas, hasta que en el mes de octubre de 1999 la Superintendencia de Telecomunicaciones se dio cita al local de la radio “Onda Cósmica” para decomisar los equipos, como tenía legitimidad, la Comunidad se movilizó de inmediato hasta que el equipo enviado por la superintendencia de telecomunicaciones abandonaron el lugar no cumpliendo con el objetivo.

Luego de este hecho ocurrido la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador- CONAIE, la Dra. Nina Pacari, Diputada en ese entonces y con el apoyo de la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del

Ecuador-CORAPE, exigieron la solicitud de la frecuencia legal para la Radio Comunitaria.

Luego de varios meses y constantes exigencias, para el mes de julio del año 2000, se logra obtener la frecuencia legal para la Radio ya denominada “Radio Rural Comercial Ilumán” pese a que se reconoce como rural comercial el carácter de la radio era comunitaria, educativa y cultural.

Una vez legalizada la Radio, se inicia realizando un equipo de trabajo con la participación voluntaria de la gente de las tres organizaciones involucradas, quedando a la responsabilidad exclusiva de la AJIK, con la coordinación de la FICI y la Comunidad de Ilumán Bajo.

En el mes de octubre del 2000, se inaugura la Radio Ilumán, hasta el día de hoy sigue al aire como una radio comunitaria, educativa y cultural.

### **3.2. Formas de producción de contenidos de los programas en la Radio Ilumán**

#### ***3.2.1. Formas de Pre-producción.***

Del conversatorio mantenido con los principales actores(Perugachi, 2016)<sup>1</sup> de la radio Ilumán al respecto de la etapa de pre-producción de programas radiales, afirman que los aspectos que definen las necesidades comunicacionales, se derivan generalmente del quehacer cotidiano de las organizaciones y de la realidad de vida de sus comunidades de base. En este sentido, los programas que se planifican y se presentan en la radio desde sus inicios fueron y siguen siendo pensadas desde los aspectos organizativos, culturales e identitarios de los pueblos *kichwa* de cobertura de la radio.

Dentro de este contexto, los programas generalmente no son producidos sobre la base de guiones, pues todos son realizados en vivo en respuesta a las necesidades organizacionales y comunitarias, cuyo proceso de recopilación de información se realiza en el sitio mismo de los hechos con un alto componente de improvisación, esto se debe a que sus reporteros todos son autodidactas que no han tenido la oportunidad de profesionalizarse en áreas afines a la comunicación, sin embargo los programas producidos llegan de manera fluida a los oyentes y logran una aceptación e incidencia significativa.

---

<sup>1</sup>PERUGACHI, Rodrigo. Entrevista realizada el 06 de junio de 2016, en las oficinas de la Radio Ilumán, Parroquia Ilumán, Cantón Otavalo, Ecuador. Entrevistadora: Elizabeth Chimbo.

En cuanto a la elaboración de la malla de programación, es decir la definición del tipo de programación, la selección y la priorización de los mismos para ser planificados y difundidos a lo largo de la semana, mes o año, se realiza con el apoyo de la audiencia, sobre la base de una evaluación participativa al finalizar cada año, en forma directa con sus oyentes, a través de conversatorios telefónicos transmitidos en vivo. En este espacio abierto y democrático se receptan toda clase de observaciones, sugerencias creativas que generalmente contribuyen al mejoramiento programático de la radio.

La permanencia de un espacio o programa radial, depende entonces de las críticas constructivas que realizan de manera interactiva las organizaciones, comunidades de base y audiencia en general; esta interrelación de ida y vuelta permite distribuir los programas y sus contenidos sean estos de entretenimiento, educativos, culturales o informativos de acuerdo a las demandas de su audiencia por semanas, meses y año.

En cuanto a los formatos habitualmente utilizados en la producción y difusión de programas radiales, estos se basan mayoritariamente en entrevistas y reportajes; adicional a esto, dependiendo de la temática a tratar como

la medicina andina, alimentación nutricional andina, vida cotidiana, mitos, leyendas, otros que ameritan otro tipo de tratamiento a fin de llegar a la audiencia de manera adecuada y didáctica, se ha procedido a producir pequeñas obras de radio teatro, que también son elaboradas con la actuación e interpretación de los propios integrantes de la asociación de manera casera. Cabe recalcar, que la mayoría de estas producciones no tienen guiones definidos, la mayor parte son realizados a partir de improvisaciones e interpretados en idioma *kichwa*. Este tipo de programas, son los que dentro de la comunidad y de la audiencia han tenido una gran acogida.

Haciendo un análisis comparativo de la forma de planificar y priorizar contenidos, implementada por la radio comunitaria Ilumán, con las formas tradicionales de planificación de programas de las radios convencionales, se evidencia que en la experiencia radial Ilumán, el protagonista directo quien propone y define los contenidos y programas es la audiencia, consecuentemente las organizaciones y sus comunidades de base. Esta definición lo hacen a través de conversatorios telefónicos interactivos, sintonizados a la vez por toda la audiencia, en el que el oyente tiene la oportunidad de expresar sus preferencias y opiniones críticas de manera libre en su propio idioma;



mientras que la forma convencional de planificación se lo hace desde la visión de los actores de la radio, generalmente con una perspectiva comercial reflejadas en el mejor de los casos en las encuestas donde la audiencia tiene limitadas posibilidades de participación y decisión en la definición de sus preferencias, en razón de que estas radios ya tienen su propia finalidad u orientación declarada o graficada; tendencia que concuerda con lo que señala Adalid Contreras.

La comunicación funcionalizada(...) se caracteriza por su orientación neodifusionista, manipuladora de la información, evasiva de las realidades, con medios de comunicación administrados como empresas organizadas en sistemas de concentración monopólica y representación multinacional, para cuya existencia enarbola la libertad de expresión y de prensa que justifican la libertad de empresa.

Este sistema comunicacional generaliza un estilo comercialista que aligera la vida, discrimina, banaliza la política, distorsiona la imagen de la mujer, marketea las enunciaciones, fomenta un ambiente de miedo y desconfianza, individualiza, aísla, opaca las identidades, estereotipa los liderazgos democráticos y alimenta un ambiente de terrorismo mediático.(Contreras Baspineiro, 2016, pág. 75)

En este orden de ideas, el modelo de planificación o de pre-producción programática de la radio Ilumán, desarrolla

un proceso participativo, interactivo, único y propio, teniendo como protagonista principal a su audiencia que son mayoritariamente las comunidades indígenas de los cantones Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante y Urcuquí; y dando respuesta a sus necesidades comunicacionales, particularidad que le caracteriza como una radio comunitaria, pese a que su denominación legal no tiene esta especificidad; modelo que refleja, lo que para Almendra Vilma, "... la comunicación es un proceso de interacción horizontal entre sujetos, mediante el cual se comparten ideas, sentires, conocimientos, experiencias y cosmovisiones. Para los seres humanos implica una necesidad intrínseca, que permite su desarrollo integral, ayudando a mantener y construir: su cultura de generación en generación, su ideología conformada a lo largo de los procesos sociales (....).

### **3.2.2. *Formas de producción.***

En los procesos de producción convencional de programas radiales, se enfatiza la recolección del material pregrabado, la lectura y selección de dicho material en base a criterios establecidos en función de los objetivos que se han

planteado en la pre-producción, a fin de poder reducir la información que se pondrá al aire.

Desde la práctica de la radio Ilumán, su carácter comunitario obliga a todos y cada uno de los actores comunicacionales, reporteros y equipo de radio se trasladen a las comunidades, así como a las sedes de las organizaciones que demandan de la presencia de este medio, para cubrir los eventos y transmitir en vivo desde el lugar de los hechos. Esta práctica permite que los comuneros compartan la información diaria de su sector convirtiéndose en comunicadores directos.

Siendo el *kichwa* la lengua oficial de los pueblos indígenas del norte y además siendo Radio Ilumán un medio comunitario intercultural, casi la totalidad de sus programas se los realiza y transmite en lengua *kichwa*; haciendo una valoración porcentual se estima que el 90% de transmisión se realiza en *kichwa* apenas el 10 % en idioma castellano, sin embargo, el programa de servicio social denominado “*Tukuykuna tukuykunapak-willachita*<sup>2</sup>”, se puede decir que es transmitido en las dos lenguas en proporción simétrica.

---

<sup>2</sup> Avisos de todo para todos.

Dentro de este contexto, los programas están direccionados para todo tipo de audiencia; sin embargo, se ha detectado que la audiencia más activa corresponde al grupo de jóvenes, adultos y especialmente los adultos mayores, comprendidos en la línea de tiempo de los 18 a los 50 y de 50 años en adelante; en cuanto a la distinción de género de la audiencia se estima que tanto hombres y mujeres de las comunidades escuchan radio Ilumán.

### **3.2.3. Formas de Post-producción.**

Los actores de la radio, al ser consultados sobre los criterios que identifican el carácter de **comunicación comunitaria** en la transmisión en vivo de los programas, que por cierto no requieren de una edición, como en los procesos de post-producción convencional, consideran los siguientes criterios como los más importantes:

- Desarrollo de los programas en lengua propia es decir en *kichwa*.
- Uso de información proveniente de manera directa desde la comunidad y de las organizaciones.
- Selección de contenidos de importancia comunitaria.
- Programas orientados al servicio social y comunitario.

- Priorización de contenidos que aporten al fortalecimiento de la identidad cultural y de la interculturalidad a través de la concienciación y valoración del idioma, la vestimenta, música y sabiduría de los pueblos.

Bajo esta perspectiva, a criterio de los actores de la radio, se considera que todos los programas son de carácter comunitario; sin embargo, haciendo una breve autoevaluación, indican que se ha incorporado un nuevo programa denominado *Ayllu Llaktapak Shimi*<sup>3</sup>, como un espacio desde y para la comunidad, el que ha permitido acercarse aún más a su audiencia, pues de una u otra manera se constituye en un ambiente de convivencia y aprendizaje con la misma gente. La Radio se traslada a la comunidad con sus equipos tecnológicos y humanos, para transmitir en vivo y en directo los acontecimientos y hechos comunitarios<sup>4</sup>.

Este espacio ha involucrado aún más a la gente, en un proceso de inter-aprendizaje, donde los unos y otros comparten sus conocimientos y aprenden juntos tanto del quehacer de la radio, así como también del quehacer

---

<sup>3</sup> La palabra de la comunidad o la voz de la comunidad.

<sup>4</sup> OYAGOTA, Xavier. Entrevista realizada el 06 de junio de 2016, en las oficinas de la Radio Ilumán, Parroquia Ilumán, Cantón Otavalo, Ecuador. Entrevistadora: Elizabeth Chimbo

comunitario, familiar e individual; siendo así el micrófono un canal de fortalecimiento institucional, organizacional, comunitario y colectivo (Otavalo, 2016)<sup>5</sup>.

### **3.3. Pertinencia de los contenidos de los programas**

#### **3.3.1. Pertinencia cultural y lingüística.**

En cuanto a los programas de mayor aceptación en las comunidades indígenas se afirma que la programación en general está dirigida a todos y cada uno de los oyentes, y para evitar la monotonía y el cansancio de la audiencia se van incorporando nuevas ideas periódicamente. Al parecer ésta estrategia ha hecho que no exista mayor rechazo a ninguno de los programas que se ha producido y transmitido, sin embargo se han presentado algunas críticas para su mejoramiento, pero más no para su eliminación; cada programa tiene su audiencia definida, por ejemplo el programa *Achik Pakarimuy*<sup>6</sup> que se transmite en idioma *kichwa*, teniendo la narrativa como eje de sus tres segmentos; en su primer segmento se aborda los significados de los sueños (*muskuykunamanta*), en el segundo sobre medicina ancestral (*hampikunamanta*) y en el tercero sobre mitos, cuentos y leyendas

---

<sup>5</sup> OTAVALO, Janeth. . Entrevista realizada el 06 de junio de 2016, en las oficinas de la Radio Ilumán, Parroquia Ilumán, Cantón Otavalo, Ecuador. Entrevistadora: Elizabeth Chimbo

<sup>6</sup> Auroras del amanecer

(ñawparimaykunamanta).Este programa se considera que es más escuchado por adultos y adultos mayores(Guaján, 2016)<sup>7</sup>.

Así mismo, se considera que el programa de aprendizaje del idioma *kichwa* denominado *Kichwa shimita yachakushun*<sup>8</sup>, es más sintonizado y seguido por jóvenes y adultos. Por su parte, el espacio del noticiero, llamado *puchukay uyarishimi willachik* también tiene mucha sintonía; de esta forma, la radio ha alcanzado una muy buena aceptación y credibilidad dentro de las comunidades.

Los programas descritos anteriormente, que tienen el carácter de formativo están distribuidos dentro del horario habitual de lunes a viernes; mientras que los programas de entretenimiento se transmiten los fines de semana que también han logrado una gran aceptación.

En cuanto a la difusión de los contenidos relacionados con la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de las comunidades indígenas, se afirma que la radio desde sus inicios se ha orientado a través de sus programas a contribuir en la revitalización de la cultura y la

---

<sup>7</sup> GUAJAN, Wilmer.. Entrevista realizada el 06 de junio de 2016, en las oficinas de la Radio Ilumán, Parroquia Ilumán, Cantón Otavalo, Ecuador. Entrevistadora: Elizabeth Chimbo

<sup>8</sup> .PERUGACHI, Rodrigo. Entrevista realizada el 06 de junio de 2016, en las oficinas de la Radio Ilumán, Parroquia Ilumán, Cantón Otavalo, Ecuador. Entrevistadora: Elizabeth Chimbo

identidad con sus elementos que lo definen como el idioma, la vestimenta, la cosmovisión, tradiciones, entre otros, de la audiencia que principalmente son las comunidades indígenas, por tanto este enfoque constituye la esencia misma de la radio y se puede decir que el 90% de la programación es producida y transmitida con esta orientación. Lo que a la radio ha permitido ganarse un espacio significativo dentro de las comunidades indígenas.

De esta manera, la radio promueve el ejercicio del derecho a la comunicación intercultural y plurinacional, en un porcentaje altamente superior con relación a lo tipificado en el segundo párrafo del Art. 36 de la Ley orgánica de comunicación que exige a los medios de comunicación la difusión de contenidos específicos de pueblos y nacionalidades indígenas, apenas por un espacio de 5% de su programación diaria.

Por otra parte, es considerado que la labor de la radio en el ámbito de su cobertura, particularmente en el contexto de las comunidades indígenas, a través de los diálogos interculturales que promueven sus programas, ha logrado despertar en la gente el sentimiento y la necesidad de volver a valorar los conocimientos ancestrales propios; consecuentemente, se ha frenado de manera notoria el



proceso de aculturación y alienación de los jóvenes y niños. Si bien es cierto, no se puede negar a la cultura como algo dinámico que se encuentra en constante evolución; en este tiempo de modernidad y de avances vertiginosos de la tecnología se está logrando sostener y retomar elementos importantes de la cultura como las celebraciones de los cuatro principales *raymikuna*<sup>9</sup> de los pueblos originarios, los que hoy son celebrados con la fusión de elementos, símbolos y prácticas propias de los pueblos indígenas, retomando sus propios nombres en idioma *kichwa*.

Una de las formas que la radio ha apoyado de manera significativa en la autodeterminación de los pueblos y comunidades indígenas, son los concursos organizados para que grupos de jóvenes hombres y mujeres aficionados a la música, creen canciones en lengua *kichwa* en diferentes géneros musicales e interpreten con el acompañamiento de instrumentos andinos, recreando también su vestimenta. Esto ha permitido el surgimiento de nuevos grupos artísticos de jóvenes *kichwa* en el campo de la música, orgullosos de su identidad, que paulatinamente se han ido fortaleciendo y logrando un posicionamiento en el ámbito nacional e internacional como portadores de

---

<sup>9</sup> Refiere a las fiestas o celebraciones del pawkar raymi, inti raymi, kolla raymi y kapak raymi.

elementos identitarios de las comunidades de cobertura de la radio.

En cuanto a la programación general de la radio Ilumán según el cuadro que se presenta a continuación se verifica que casi en su totalidad son producidos y difundidos en idioma kichwa:

**Tabla 5**

*Programación General de la Radio Ilumán*

<b>Días/Hora/Responsable - Puncha/Pacha/Rimakkuna</b>	<b>Música e Información - Takikuna, Willaykunapash</b>	<b>Nombre del programa y contenidos – Wairapiuyariku na</b>	<b>Caracterización del programa- Wairapi</b>
Lunes a Viernes 4:00 a 7:00 Carmen Yamberla	TushunaTakikuna Música Nacional	AchikPakarimuy-Auroras del amanecer	Se interpreta el significado de los sueños, se da a conocer los conocimientos y Medicina Ancestral de los Pueblos. Información de hechos importantes ocurridos en las comunidades y ciudades de la provincia y el País.
Lunes a Viernes 7:00 a 8:00 Rodrigo Perugachi Alberto Segovia Segundo Cabascango	ShimiWillachik Noticias, entrevistas Informativo	Kallari UyarikShimiWillachik. Noticias	Se tratan temas juveniles, derechos de la mujer,
Lunes a Viernes 8:00 a 11:00 Dolores Maigua	Chapurishkat akikunawan Funciones Andinas	KushiRimay Dialogo con artistas invitados	

<b>Días/Hora/Responsable -</b> <b>Puncha/Pacha/Rimakkuna</b>	<b>Música e Información -</b> <b>Takikuna, Willaykunapash</b>	<b>Nombre del programa y contenidos –</b> <b>Wairapiuyarikuna</b>	<b>Caracterización del programa- Wairapi</b>
Lunes a Viernes 13:00 a 14:00 CORAPE		Willachikkuna Red Kichwa Ecuador en Contacto	salud y música andina. Información de hechos importantes ocurridos a nivel nacional e internacional.
Lunes a Viernes 14:00 a 17:00 Roberto De La Torre	TushunaTakikuna	TukuykunaTukuykunapak Servicio social	Se realiza servicio social gratuito, entrevista a artistas, musical, cultural.
Lunes a Viernes 17:00 a 19:00 Gonzalo Díaz	Kichwa yachaykuna	Kichwa shimitayachakushun Aprendamos Kichwa	Se realizan cursos de enseñanza kichwa
Lunes a Viernes 20: a 22:00 Enrique Pineda		Kushikushituta Festival de la noche	Informe sobre festividades de nuestras comunidades , música nacional, entrevista.
Sábado y domingo 6: 00 a 10: 00 Jaime Díaz		Mashikuna Temas juveniles, poemas y faces célebres	Música andina, temas Juveniles, poemas, frases y notas curiosas

**Fuente:** programación general Radio Ilumán

De entre los antes citados programas producidos y difundidos en idioma *kichwa* se resalta el denominado *Runa llaktapakshimi*<sup>10</sup>, cuya transmisión es realizada únicamente en idioma *kichwa* desde los propios escenarios de la comunidad, así mismo tenemos el programa *Runa shimita yachakuy*<sup>11</sup>, a través del cual se generan procesos de inter-aprendizaje de la lengua materna desde la perspectiva comunicacional y gramatical, teniendo como elemento pedagógico principal la oralidad.

Este último programa se amplía hacia la Unidad educativa de la parroquia San Juan de Ilumán, a través de una alianza estratégica entre las partes, generando un intercambio de saberes, de ese modo el establecimiento educativo ha contribuido con iniciativas para elaborar y producir láminas educativas, ya sean éstas específicas para el aprendizaje del *kichwa*, como también para el tratamiento de otros contenidos curriculares desde el *kichwa*; láminas que son utilizadas tanto en el sector rural como en el sector urbano.

---

<sup>10</sup>La palabra de la comunidad, conocida también como ayllu llaktapak shimi.

<sup>11</sup>Aprendamos nuestro idioma

Como un recurso complementario a este programa se elabora, publica y circula la revista mensual denominada *wiñay kawsay*<sup>12</sup>, que en su portada contiene un índice gráfico y seguidamente desarrolla espacios de noticias locales, experiencias productivas, vocabulario *kichwa*, entretenimiento, predicciones, arte y música, mitos y leyendas y de identidad cultural; escritos en dos idiomas *kichwa* – español, cuya descripción se presenta a continuación:

**Noticias locales.-** En este espacio se difunden principalmente hechos, obras, acciones, entre otros; acaecidos y realizados exclusivamente en los contextos propios de las comunidades que forman parte de la audiencia de la radio; redactados en *kichwa* y español.

**Experiencias productivas.-** Este espacio representa una oportunidad para los emprendedores comunitarios, a través del cual difunden sus iniciativas productivas de tipo artesanal, gastronómico, medicinal, agrícola, pecuario, cultural, entre otros. Esto permite la dinamización y fortalecimiento de la productividad y de la economía familiar y comunitaria local.

---

<sup>12</sup>Cultura milenaria o vida infinita

**Vocabulario *kichwa*.**- En esta parte se presenta mensualmente un vocabulario de términos *kichwa* con sus respectivos ejemplos de uso en oraciones, relacionadas con hechos cotidianos; cada mes se desarrollan términos que inician con una determinada letra del alfabeto. Estas páginas suscitadoras del aprendizaje del *kichwa* concluyen con una carilla gráfico sobre temas específicos de la realidad comunitaria como son las hortalizas, cereales, frutales, plantas medicinales, entre otras.

**Entretenimiento.**- Los *kichwagrama* son también parte de esta revista, los que permiten fortalecer los conocimientos adquiridos de los procesos de aprendizaje del *kichwa* de manera divertida y entretenida, estrategia que es muy acogida principalmente por niños, jóvenes y también de los adultos.

**Predicciones.**- En este espacio se presentan algunos sueños y sus significados que responden a la simbología interpretativa del contexto cultural de las comunidades, trasladada a la revista desde la versión misma de los abuelos, a través de diálogos de saberes en sus propios escenarios de vida.

**Arte y música.**- En relación al arte musical comunitario, la revista aprovecha la escritura en *kichwa* y español y la

fotografía para socializar en un contexto intercultural, las potencialidades musicales de los actores comunitarios que a través del tiempo y el espacio vienen en forma silenciosa y autodidacta desarrollando sus habilidades en la confección y ejecución principalmente de instrumentos musicales y de percusión, mediante los cuales producen ritmos musicales tradicionales que delatan su identidad artística, que por su particularidad puede considerarse como un género musical propio; saberes que son transmitidos de generación en generación.

**Mitos y leyendas.-** De la misma forma, la revista le dedica un espacio privilegiado a la oralidad y a la narrativa comunitaria, en la que presenta mitos y leyendas contadas por los propios abuelos y abuelas de las distintas comunidades, este recurso se convierte en un canal de formación en valores especialmente para los niños y niñas a más de promover el aprendizaje del *kichwa*.

**Identidad cultural.-** En cuanto a los contenidos que promueven el fortalecimiento de la identidad cultural de los pueblos y comunidades indígenas de cobertura de la radio, la revista aborda y difunde temas relacionados con la herencia patrimonial de estos pueblos, dentro de los campos de las artes y tradiciones vivas, de las artes

aplicadas, de la espiritualidad y de todas las prácticas y saberes, orientadas a generar una apropiación, empoderamiento y enorgullecimiento de sus elementos culturales identitarios.

Como un elemento complementario, la revista contiene una lámina Gráfico educativa, que ilustra de manera didáctica temas diversos vinculados a la matemática, geometría y a otras disciplinas, presentando nombres y significados en *kichwa* y español.

Los contenidos desarrollados en la revista, *wiñay kawsay*, se convierten a la vez en insumos para los programas radiales.

Estos programas son escuchados principalmente por la gente de las comunidades rurales y en alguna medida se escucha también en el sector urbano, toda vez que por efectos de la migración, en el área urbana ya existe una gran presencia de familias indígenas *kichwa* hablantes.

### **3.3.2. Pertinencia social.**

Al respecto de los cambios sociales que han generado los programas radiales en el contexto de las comunidades indígenas que son parte de la audiencia de la Radio



Ilumán, se puede evidenciar varias; sin embargo, entre las principales está el cómo el programa de música en vivo con la presentación de grupos comunitarios de artistas autodidactas jóvenes promovido anualmente por la radio, ha despertado el interés en otros grupos de jóvenes tanto hombres y mujeres hacia la creación, producción y circulación de música tradicional con ciertos toques de modernidad, a través de la ejecución de instrumentos andinos y contenidos en el idioma *kichwa*; así mismo, el aprendizaje y uso de la lengua materna *kichwa* ha logrado un posicionamiento notorio en la juventud, anteriormente los jóvenes sentían vergüenza para hablar, pero ahora es utilizado en los diálogos cotidianos y se evidencia más interés por aprender, también los padres enseñan a sus hijos como algo importante para sus vidas y su identidad cultural.

Además, para los jóvenes y profesionales que han aprendido la lengua *kichwa*, se les ha abierto más oportunidades de ocupar distintas funciones y cargos públicos, por cuanto cada las instituciones del Estado requieren dar atención a los indígenas en su propia lengua, esto ha provocado que inclusive los mestizos se interesen en aprender el *kichwa*.

En cuanto a la programación en general, la Radio Ilumán viene desarrollando programas en todos los ámbitos, de acuerdo a la tipificación establecida en los numerales de 1 al 6 del Art. 60 de la Ley Orgánica de Comunicación, que comprenden contenidos de tipo: informativos; de opinión; formativos/educativos/culturales, de entretenimiento, publicitarios y deportivos; únicamente el ámbito deportivo se asume de manera limitada como parte del segmento de noticiero, mientras que los demás contenidos se aborda en sus respectivos programas con la particularidad que éstos se desarrollan casi en su totalidad en lengua kichwa y asumiendo como ejes transversales la educación, la cultura, la interculturalidad y la intraculturalidad, esté último eje responde a la misión institucional de la radio con relación a las comunidades indígenas que forman parte de su audiencia, que es: “(...) [promover] el fortalecimiento de la identidad cultural y la convivencia intercultural; mediante acciones comunicacionales basadas en la recuperación de sus valores y conocimientos culturales; así como orientando, concienciando y educando a toda la sociedad a través de la comunicación”.

La radio Ilumán desde lo comunitario se ha enfocado mucho en mantener espacios de servicio social o de clasificados, donde los ciudadanos tiene la oportunidad de

promocionar en sus propias palabras e idioma diferentes asuntos, tales como ventas, empleos, producción artesanal, ofertas turísticas, entre otros. Esto ha permitido que la audiencia use la radio como un medio para anunciar la producción familiar y comunitaria y de esta manera dinamizan sus economías.

### **3.4. Veracidad, objetividad y coyuntural(oportuna) de los contenidos y programas**

La verificación de toda la información que se presenta y entrega dentro de los programas radiales sean de carácter informativo, de entretenimiento o educativo, siempre han sido generados desde los mismo actores comunitarios; al ser entregas en vivo y no producidas con anterioridad y con las voces de los propios involucrados, estas se convierten desde ese instante en información confiable y fiable, esta especificidad ha hecho que no exista reclamo alguno de parte de la audiencia invalidando tal o cual información.

Sin embargo, según la versión de Antonio Caiza (Caiza , 2016), uno de los actores de la radio, en el caso del proceso de aprendizaje de la lengua *kichwa* se ha generado algunas interrogantes de parte de la audiencia, cuando se han presentado términos que no se escuchan generalmente en el uso social cotidiano; en este caso se

hace una explicación pública basada en fuentes directas de origen de dichos términos como son los diccionarios, documentos de gramática del *kichwa* unificado, así como también en los análisis etimológicos realizados por lingüistas; con estas explicaciones investigativas se logra la conformidad del oyente y consecuentemente su apropiación e inserción del neologismo en el uso social comunitario.

Hay que mencionar, además que la radio es un espacio independiente y plural que abre las puertas a toda clase de comunicados, información política proveniente dentro y fuera de las comunidades, organizaciones o instancias nacionales.

El noticiero y su espacio de entrevistas marcan también un importante aporte a la comprensión colectiva de los acontecimientos coyunturales de la localidad y del país, pues aquí se difunde desde la voz propia de los dirigentes las actividades, hechos, celebraciones y acuerdos comunitarios; también desde la radio siempre se incentiva y motiva a la gente a asumir roles dirigenciales o el de sujetos propositivos que generan el debate de ideas en beneficio colectivo, esta estrategia permite que las

personas tengan confianza en sí mismo y valoren sus ideas y expresen con libertad en los espacios comunitarios.

Luis Yamberla, continuando con su testimonio, recalca que por la apertura que tiene el noticiero y las entrevistas, muchos dirigentes buscan a la radio y solicitan un espacio para poder informar e invitar a las actividades organizativas cotidianas de las comunidades, mientras que otros dirigentes a través de este espacio suscitan procesos de análisis sobre la realidad social, económica, política y coyuntural de la localidad, provincia y del país.

Además cabe señalar que al ser la radio, parte de la red *kichwa* CORAPE<sup>13</sup> permite mayor cobertura de las noticias tanto regionales, nacionales e internacionales hacia su audiencia, ya que esta red dispone tanto de equipos humanos especializados y de recursos tecnológicos para realizar una buena producción de segmentos informativos que es compartida con las radios comunitarias integrantes de la red.

### **3.5. Sostenibilidad económica comunitaria**

---

<sup>13</sup>Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador

### **3.5.1. Sostenibilidad social y comunitaria<sup>14</sup>.**

En relación con la apropiación y empoderamiento hacia la radio por parte de las comunidades urbanas, los actores de la radio indican que se debe tomar en cuenta que Otavalo como ciudad y como sector urbano tiene una característica diferente a la de otras ciudades, muchas familias que emigraron a otros países en calidad de comerciantes, empleados o como grupos artísticos musicales, a su retorno con sus remesas económicas adquirieron propiedades en el casco urbano, lo que ha convertido a Otavalo en una ciudad con una fuerte presencia poblacional de indígenas, quienes generalmente escuchan la radio Ilumán.

En este ámbito, la radio se ha convertido en el vínculo entre la población indígena del sector urbano con sus comunidades de origen, esto ha hecho que los ciudadanos no pierdan su identidad y por ende se sientan identificados con la radio.

Por otra parte, la programación de la radio Ilumán también tiene una buena acogida en la población mestiza; este sector principalmente acude a la radio para difundir y

---

<sup>14</sup> OTAVALO, Janeth. Entrevista realizada el 06 de junio de 2016, en las oficinas de la Radio Ilumán, Parroquia Ilumán, Cantón Otavalo, Ecuador. Entrevistadora: Elizabeth Chimbo

promocionar sus productos, servicios, emprendimientos comerciales, necesidades de contratación, entre otros, hacia la audiencia en general y las comunidades indígenas a través de publicidades en castellano y lengua *kichwa*.

En cuanto al nivel de apropiación y empoderamiento hacia la radio por parte de las comunidades indígenas, las características, el énfasis comunitario e identitario de la programación ha provocado una muy fuerte acogida en el sector rural, es decir en las comunidades indígenas; el hecho de que la radio por su naturaleza propia es un escenario de expresión cultural y social de los líderes, moradores de las comunidades indígenas, entre jóvenes, adultos y adultos mayores, ha permitido que este medio se posicione fuertemente en este sector generando confianza y respaldo incondicional.

Tal es así que los actores de la radio demuestran total seguridad que en caso de surgir alguna amenaza externa de tipo gubernamental o de competencia desleal hacia la radio que la consideran como suya, las comunidades en forma colectiva no dudarían en levantar su voz de protesta a través de acciones concretas que consideren necesarias. Indican que esta particularidad les compromete a continuar trabajando con profesionalismo y creatividad para entregar

información pertinente, confiable y leal a través de sus programaciones en concordancia a su misión.

Al referirse a la contribución de las normativas nacionales en la sostenibilidad social y comunitaria, Luis Yamberla, afirma que de acuerdo a la décimo quinta disposición transitoria de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) se establece que “Los medios de comunicación incluirán en su programación o ediciones, contenidos en las lenguas de relación intercultural, en un porcentaje de al menos el 5% de su programación en un plazo de un año (...)”, disposición que al establecer un mínimo sin fijar un máximo de contenidos con pertinencia cultural en las programaciones, más allá de contribuir, legaliza el trabajo regular que viene realizando la radio, consecuentemente hay más garantías para el mantenimiento del tipo de programación que se viene desarrollando.

Así mismo, al referirse a la difusión de los contenidos musicales, el informante cita el Art. 103 del antes referido marco legal, en el cual se establece que “En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios



(...)”, a este respecto también considera como una oportunidad legalizada para difundir prácticas y expresiones musicales compuestas y producidas por músicos profesionales o autodidactas desde los contextos comunitarios, provinciales y nacional.

Sin embargo, también resalta las múltiples limitaciones impuestas a través de la ley y ejecutadas por la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM), que podrían provocar hasta la pérdida de la frecuencia, por no cumplir con los requisitos fijados en la ley, como es el caso del Art. 116 del título VI del espectro radioeléctrico, en el que se establece “La concesión para el aprovechamiento de las frecuencias de radio y televisión se realizará por el plazo de quince años y será renovable para el mismo concesionario por una vez mediante concesión directa, debiendo para las posteriores renovaciones ganar el concurso organizado por la autoridad de telecomunicaciones”. Este precepto legal pone en peligro la concesión de la frecuencia de la radio Ilumán, puesto que podría darse la probabilidad de no ganar el concurso que organice la SECOM para este efecto.

Dentro de este marco de oportunidades y posibles riesgos, los actores de la radio basados en su experiencia,

confianza y optimismo, también plantean alternativas para fortalecer la **sostenibilidad social y comunitaria** de la Radio, entre ellas se enfatiza en la necesidad de ampliar la cobertura de la radio hacia más sectores interesados, mejorando cada día la pertinencia y relevancia de la programación y de sus contenidos, sobre la base de diálogos creativos comunitarios a través de los cuales se visibilicen las necesidades comunicacionales locales.

Terminan señalando que el incremento de una audiencia, atendida a sus necesidades comunicacionales, repercutirá positivamente en la sostenibilidad social y comunitaria de la radio.

### **3.5.2. Sostenibilidad Económica.**

La radio Ilumán, como se ha señalado anteriormente, tiene intereses comunitarios: favorecer el desarrollo de la comunidad en aspectos como la cultura, el idioma, las costumbres, actividades productivas, la educación, la salud, entre otras; objetivos que han sido mantenidos desde su creación.

Sin embargo, para su funcionamiento requiere necesariamente de un ingreso permanente y estable de recursos económicos. Estos recursos pueden tener

diferente origen: a) la subvención por parte de instituciones del Estado o de la Cooperación; b) aportes de los socios, en este caso de las comunidades y organizaciones que la crearon; c) la venta de publicidad; d) la realización de otro tipo de actividades que pueden ser afines a los objetivos de la radio.

En el caso de la Radio Ilumán, por su carácter comunitario, durante sus 16 años se ha sostenido económicamente en base a los siguientes ingresos: a) por la venta de publicidad; b) la realización de algunos eventos culturales y artísticos; c) el aporte de la comunidad Ilumán y la Asociación de Jóvenes Kichwas de Imbabura. Así, para el año 2015 los ingresos de la radio corresponden a un total de US\$ 80,090; siendo US\$ 68,000 correspondiente al rubro de publicidad, luego US\$ 12,000 que corresponde a un festival artístico organizado por la radio en la Comunidad Ilumán; finalmente, US\$ 90 correspondiente a la elaboración de cuñas radiales. En este presupuesto se incluye un rubro de proyectos / donaciones, aunque en el 2015 no se obtuvo ningún ingreso por esta razón. El detalle se puede observar a continuación:

**Tabla 6**

*Ingresos de la Radio Ilumán correspondiente al año 2015*

Descripción	Valor
-------------	-------

Descripción	Valor
<b>Publicidad</b>	
Publicidad (cuñas)	65,000
Menciones (avisos cortos)	3,000
Total	68,000
<b>Eventos culturales</b>	
Festival Cultural (música)	12,000
Total	12,000
<b>Proyectos (donaciones)</b>	
Total	-
<b>Productos y servicios</b>	
Elaboración de cuñas	90
Total	90
<b>Gran Total</b>	<b>80,090</b>

**Fuente:** Entrevista a Antonio Caiza, 2016 y Balance financiero 2015.

Por otro lado, los egresos de la radio consideran cinco rubros: personal, servicios, equipos, materiales de oficina y otros. Para el año 2015 sus gastos ascienden a un total de US\$ 71.375,60; siendo el mayor rubro el de personal por un total de US\$ 57.351,60, seguido por el rubro de servicios que corresponde a un total de US\$ 5,544, posteriormente US\$ 4,560 que corresponde al rubro otros. El detalle se puede observar en la tabla 6.

#### **Tabla 7**

Costos de operación anual de la Radio Ilumán

Descripción	Ca nti da d	Me se s	Costo unitario	Costo Total Actual	
				Mensual	Anual
Personal					
Director general	1	12	383.35	383.35	4,600.20
Programadores de lunes a viernes	4	12	320.00	1,600.00	19,200.00
Programadores sábados y domingos	4	12	320.00	1,280.00	15,360.00
Técnico	1	12	383.25	383.25	4,599.00
Recepcionista-asistente contable	1	12	383.35	383.35	4,600.20
Reportero 1	1	12	383.35	383.35	4,600.20
Reportero 2	1	12	366.00	366.00	4,392.00
Total				4,779.30	57,351.60
Servicios					
Arriendo	1	12	--	--	--
Luz	1	12		120.00	1,440.00
Teléfono	1	12		12.00	144.00
Internet	1	12		150.00	1,800.00
plan corporativo celulares	7	12		180.00	2,160.00
Total				462.00	5,544.00
Equipos					
Equipos Informáticos	1	1		1,500.00	1,500.00
Mantenimiento informático	1	2		50.00	100.00
Mantenimiento equipos de la radio	1	1		200.00	200.00

Descripción	Ca nti da d	Me se s	Costo unitario	<i>Costo Total Actual</i>	
				Mensual	Anual
Adquisición de equipos de radio		1		2,000.00	2,000.00
<b>Total</b>				<b>3,750.00</b>	<b>3,800.00</b>
Materiales de oficina					
Suministros	1	12		10.00	120.00
<b>Total</b>				<b>10.00</b>	<b>120.00</b>
Otros					
Movilización reporteros	2	12	200.00	200.00	2,400.00
Alimentación	2	12	100.00	100.00	1,200.00
Combustible		12	80.00	80.00	960.00
Alquiler vehículo		12	240.00	240.00	
<b>Total</b>				<b>620.00</b>	<b>4,560.00</b>
<b>Gran Total costos de operación</b>				<b>9,621.30</b>	<b>71,375.60</b>

**Fuente:** Entrevista a Antonio Caiza, 2016 y Balance financiero 2015.

Realizando un análisis entre los ingresos y gastos, durante el período 2015, los directivos de la Radio Ilumán señalan que existe una rentabilidad de un 12%, que corresponde a un valor US\$ 8. 714,40.

Sin embargo se puede realizar un análisis diferente, en los costos se debería considerar rubros y porcentajes que no están siendo valorados. Por ejemplo, en los gastos no se

incluye el rubro de arriendo de local, que es una contraparte de la comunidad; también se debe señalar que la Asociación y el personal establecieron acuerdos en relación a una bonificación mensual en base a sus ingresos efectivos. Un análisis de costos de la radio deberá considerar valores reales que garanticen un funcionamiento eficiente y su sostenibilidad; es por esto que se ha realizado un análisis de costo real. Según los datos (ver tabla 7), el costo total real de la radio sería de US\$ 103.904; en este valor se considera un rubro para personal que garantice su permanencia, estabilidad a través de una mejor bonificación.

**Tabla 8**  
*Costos de Operación anual subvencionados.*

Descripción	Costo Total Actual		Costo Total Real (estimado)		Subvención
	Mensual.	Anual	Mensual	Anual	
Personal					
Director general	383	4,600	800	9,600	-5,000
Programadores de lunes a viernes	1,600	19,200	2,000	24,000	-4,800
Programadores sábados y domingos	1,280	15,360	1,600	19,200	-3,840
Técnico	383	4,599	600	7,200	-2,601
Recepcionista-asistente contable	383	4,600	500	6,000	-1,400
Reportero 1	383	4,600	800	9,600	-5,000

Reportero 2	366	4,392	800	9,600	-5,208
<b>Total</b>	<b>4,779</b>	<b>57,352</b>	<b>7,100</b>	<b>85,200</b>	<b>27,848</b>
<b>Servicios</b>					
Arriendo			150	1,800	-1,800
Luz	120	1,440	120	1,440	
Teléfono	12	144	12	144	
Internet	150	1,800	150	1,800	
Plan corporativo celulares	180	2,160	180	2,160	
<b>Total</b>	<b>462</b>	<b>5,544</b>	<b>612</b>	<b>7,344</b>	<b>-1,800</b>
<b>Equipos</b>					
Equipos Informáticos	1,500	1,500	1,500	1,500	
Mantenimiento informático	50	100	50	100	
Mantenimiento de equipos	200	200	200	200	
Adquisición de equipos de radio	2,000	2,000	2,000	2,000	
<b>Total</b>	<b>3,750</b>	<b>3,800</b>	<b>3,750</b>	<b>3,800</b>	<b>-</b>
<b>Materiales de oficina</b>					
Suministros	10	120	10	120	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>120</b>	<b>10</b>	<b>120</b>	<b>-</b>
<b>Otros</b>					
Movilización reporteros	200	2,400	200	2,400	
Alimentación	100	1,200	100	1,200	
Combustible	80	960	80	960	
Alquiler vehículo	240		240	2,880	
<b>Total</b>	<b>620</b>	<b>4,560</b>	<b>620</b>	<b>7,440</b>	<b>2,880</b>
<b>Gran Total costos de operación</b>	<b>9,621</b>	<b>71,376</b>	<b>12,092</b>	<b>103,904</b>	<b>-32,528</b>

**Fuente:** Entrevista a Antonio Caiza, 2016 y Balance financiero 2015.



Además de garantizar el funcionamiento óptimo de la radio, será necesario considerar un porcentaje de dinero como ahorro, que garantice la renovación de tecnología y equipos, la capacitación del personal, solventar cualquier emergencia. Para ello, los directivos deberán definir un porcentaje de sus ingresos para estos fines. En el capítulo 6 se presenta una propuesta que aportará en este propósito de la radio.

## **CAPITULO IV**

### **4. La Radio Ilumán desde la versión de la audiencia**

#### **4.1. Distribución de encuestados por edades, parroquias y cantones.**

A través de los estudios realizados por los estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Sede Norte –PUCE (2014), se conoce que la principal audiencia de la radio Ilumán son los miembros de las comunidades indígenas de los cantones de Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí, comprendidos entre los intervalos de edad de 19 a 30, 31 a 50 y mayores a 50 años; por esta razón, como parte de este proceso de cultivo y crianza de sabidurías y conocimientos, a continuación se presenta la tabulación e interpretación de la frecuencia de los encuestados comprendidos dentro de los referidos rangos de edad, cantones y sus correspondientes parroquias.

##### **4.1.1. *Cantón Cotachachi.***

##### **4.1.1.1. Audiencia por parroquias.**

En la tabla siguiente se presenta los porcentajes de encuestados por parroquias del cantón Cotacachi.

**Tabla 9***Encuestados por edades y por parroquias del cantón Cotacachi*

PARROQUIAS	% de encuestados por rangos de edad						Total %
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
	19-30	19-30	31-50	31-50	> 50	> 50	
QUIROGA	2	3	1	5	4	7	23
SAN FRANCISCO	8	8	11	11	6	4	48
SAGRARIO	4	3	7	2	7	7	29
Total	15	15	19	18	17	17	100

**Fuente:** INEC, Censo de Población y Vivienda 2010**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016

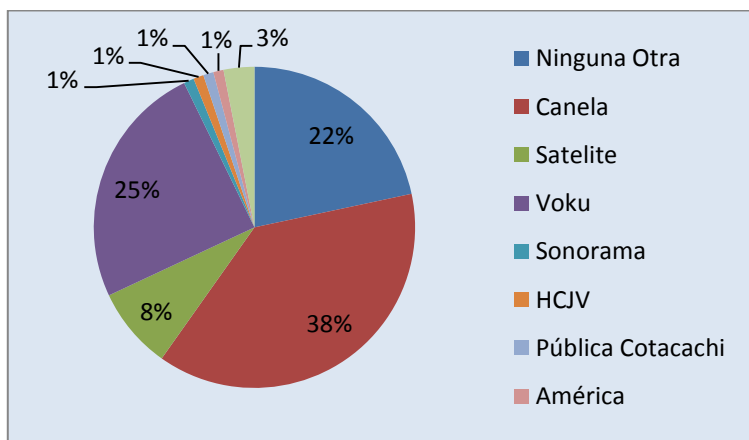
De la tabla anterior, se evidencia que de la totalidad de la audiencia entre hombres y mujeres encuestados, en los principales espacios públicos de concurrencia masiva como son los mercados, hospitales, parques y avenidas de la cabecera cantonal de Cotacachi, el 23% a Quiroga, el 48% a San Francisco y finalmente el 29% a Sagrario.

De la descripción anterior, se concluye que la mayor parte de la audiencia de Radio Ilumán del cantón Cotacachi, se localizan en las parroquias urbanas de San Francisco y El Sagrario dando una totalidad del 77%, mientras que el porcentaje restante se localiza en la parroquia rural de Quiroga.

Lo que significa que en las demás parroquias rurales (6 de Julio de Cuellaje, Apuela, García Moreno, Imantag, Peñaherrera, Plaza Gutiérrez, Vacas Galindo) existen una mínima o nula presencia de audiencias de la radio o a su vez los oyentes de estas parroquias no concurren frecuentemente a los espacios públicos de la cabecera cantonal.

#### **4.1.1.2. Sintonía de otras frecuencias radiales.**

De los resultados de las encuestas aplicadas a la audiencia en el cantón Cotacachi, en relación a las frecuencias escuchadas a más de la radio Ilumán, se obtienen los siguientes datos:



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 1. Preferencia por otras emisoras radiales*

El gráfico anterior, demuestra que del 100% de los encuestados tanto hombres como mujeres, revelan sus preferencia por otras emisoras radiales a más de escuchar la radio Ilumán, como por ejemplo que el 38% escuchan la radio Canela, seguida del 25% por la radio Voku, el 8% la radio Satélite y un porcentaje menor del 3% por otras frecuencia como la HCJV, Publica Cotacachi, América y Ambar Azul; y el 22% determinaron que no prefieren ninguna otra emisora a más de la Radio Ilumán,.

Cabe mencionar que al ser preguntados el por qué prefieren escuchar las otras emisoras, los entrevistados en el cantón Cotacachi responden que lo hacen preferentemente los programas cómicos, en razón que la radio Ilumán no cuenta con este tipo de programas, por lo que además recomiendan la combinación del género de entretenimiento en los programas educativos.

#### ***4.1.1.3. Audiencia por ocupación.***

De acuerdo a los resultados adquiridos en las encuestas realizadas en el cantón Cotacachi, sobre la ocupación de la audiencia de la radio Ilumán se obtienen los siguientes

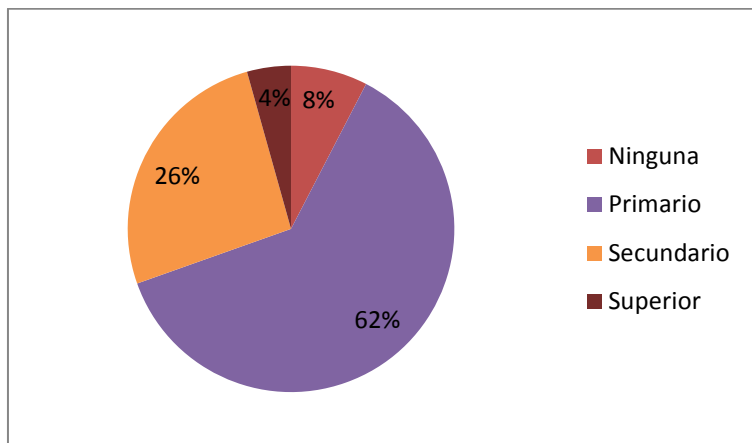
Ocupación	Porcentaje
Agricultura	38%
Ama de Casa	25%
Comerciante	14%
Estudiante	6%
Docente	4%
Construcción	2%
Segundo no etiquetado	1%

*Gráfico 2. Audiencia por ocupación*

Lo que significa que los potenciales radio escuchas son los agricultores; las amas de casa y los comerciantes, es decir el sector económicamente activa, por lo tanto se hace necesario que la parrilla programática de la radio Ilumán debe responde a esta demanda.

#### **4.1.1.4. Audiencia por niveles de estudios.**

El siguiente gráfico demuestra los niveles de estudio de la audiencia de la radio Ilumán en el cantón Cotacachi.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

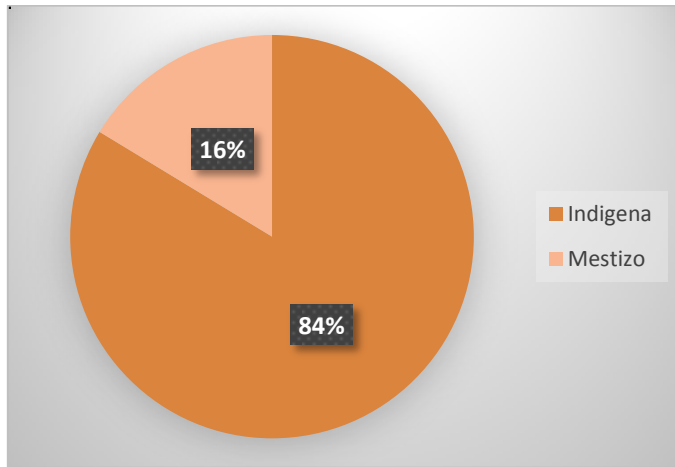
*Gráfico 3. Niveles de estudio de la audiencia*

El nivel de estudios de la audiencia encuestada en su totalidad, evidencia que el 62% de hombres y mujeres tienen un nivel de educación primaria, seguido por el 26% de secundaria, el 8% ninguna y el 4% superior.

Esta información evidencia que la mayoría de la audiencia de la radio Ilumán del cantón Contacachi, tienen un nivel de educación primaria; de tal manera que sus programas deben ser producidos tomando en cuenta éste nivel de educación que es predominante.

#### **4.1.1.5. Audiencia por Identidad.**

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas a la audiencia de la radio Ilumán en el cantón Cotacachi, sobre su identidad cultural se evidencias a continuación.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016  
*Gráfico4 .Identidad de la audiencia*

Del gráfico anterior se desprende que el 84% de la audiencia de la radio Ilumán se autoidentifican como indígenas, mientras que el 16% son mestizos.

Esto demuestra que la gran mayoría de la audiencia de la radio Ilumán en el cantón Cotacachi son indígenas; que a su vez respaldan su afirmación de manera oral en el sentido que los programas y contenidos producidos por la



radio en idioma *kichwa* son comprendidos y acogidos con empatía, toda vez que éstos contribuyen a fortalecer su idioma originario.

#### **4.1.2. Cantón Otavalo.**

##### **4.1.2.1. Audiencia por parroquia.**

A continuación se muestra el comportamiento porcentual de los encuestados por parroquias del cantón Otavalo.

**Tabla 10**

*Encuestados por edades y por parroquias del cantón Otavalo*

Parroquias	% de encuestados por rangos de edad						Total
	Mujer es	Homb res	Mujer es	Hombr es	Mujer es	Homb res	
	19-30	19-30	31-50	31-50	> 50	> 50	
Dr. MIGUEL EGAS CABEZAS EUGENIO ESPEJO (CALPAQUI) GONZALEZ SUAREZ OTAVALO SAN JOSE DE QUICHINCHE SAN JUAN DE ILUMAN SAN PABLO DE LAGO SAN RAFAEL SELVA	3		4	3	3	3	15
	2	4	2	4	3	3	17
	2				2		3
			1		1		2
	1				1	1	3
	1	5	5	4	4	3	22
	1	4	4	3	1	2	14
	3		1	2	3	3	12

ALEGRE							
EL JORDAN	2		1	2	1	2	7
SAN LUIS	1	1	2	2	1		6
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

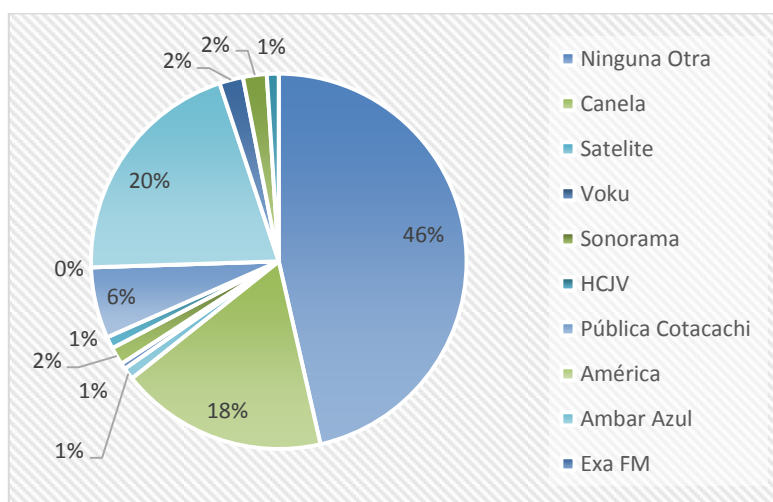
**Fuente:** INEC, Censo de Población y Vivienda 2010  
**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016

En la tabla anterior, se evidencia que de la totalidad de la audiencia entre hombres y mujeres encuestados, en los principales espacios públicos de concurrencia masiva como son los mercados, plazas de animales y artesanías, parques y terminales terrestres, de la cabecera cantonal de Otavalo, el 22% a San Juan de Ilumán, el 17% a Eugenio Espejo, el 15% a Dr. Miguel Egas Cabezas, el 14% a San Pablo de Lagos, el 12% a San Rafael, el 12% a San Rafael, y finalmente en un porcentaje menos del 10% en las demás parroquias rurales y urbanas (Gonzales Suarez, Otavalo, San José de Quichinche, El Jordán y San Luis) del cantón Otavalo.

De la descripción anterior, se concluye que la mayor parte de la audiencia de Radio Ilumán del cantón Otavalo, se localizan en las parroquias rurales con un porcentaje del 88%, mientras que el porcentaje restante se localiza en las parroquias urbanas El Jordán y San Luis.

#### 4.1.2.2. Sintonía de otras frecuencias radiales.

Con respecto a la preferencia de sintonía por otras frecuencias radiales a más de la radio Ilumán, a partir de las encuestas aplicadas a la audiencia de la radio Ilumán en el cantón Otavalo, se obtuvo los siguientes resultados.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 5. Otras frecuencias escuchadas general*

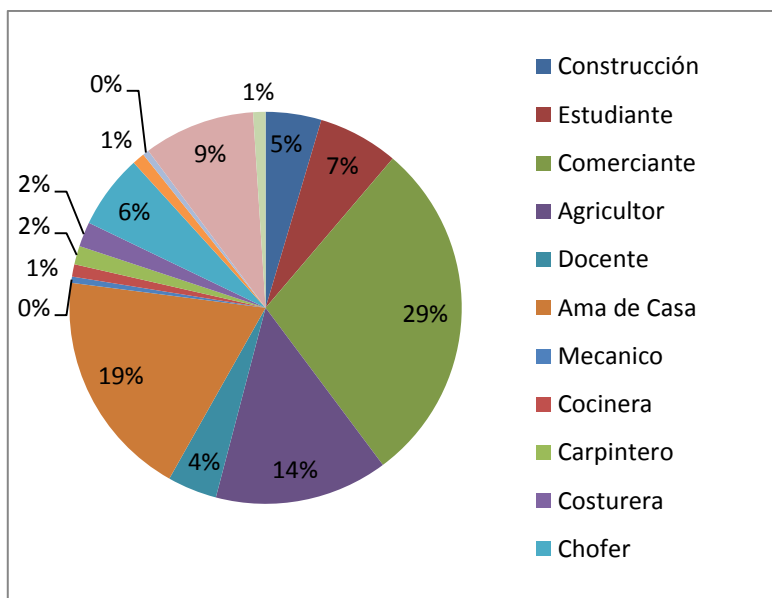
El 46% de encuestados en el cantón Otavalo, afirman que no escuchan ninguna otra emisora radial a más de la radio Ilumán, seguido del 20% que escuchan además la emisora radial Satélite, mientras que el 18% también escuchan la radio América, y menos del 10% a más de la

radio Ilumán escuchan otra emisoras como la Canela, Voku. Sonora, HCJV, Pública Cotacachi.

De los datos anteriores se deduce que casi la mitad de la audiencia de la radio Ilumán en cantón Otavalo escuchan solo radio Ilumán, mientras que el otro porcentaje de la audiencia a más de escuchar a radio Ilumán, suelen escuchar otras emisoras como la satélite, América, Canela entre otra; por sus programas cómicos o de entretenimiento y música variada; por lo que de manera verbal recomiendan poner música de diferentes géneros (cumbias, vallenatos, wainitos, entre otras) y producir programas cómicos o de entretenimientos puntualizando que deben tener un enfoque educativo, y no tengan el carácter discriminatorio, descortés y vulgar.

#### ***4.1.2.3. Audiencia por ocupación.***

En el siguiente gráfico se presentan los porcentajes de ocupación de la audiencia de la radio Ilumán en el cantón Otavalo.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016  
*Gráfico 6. Ocupación*

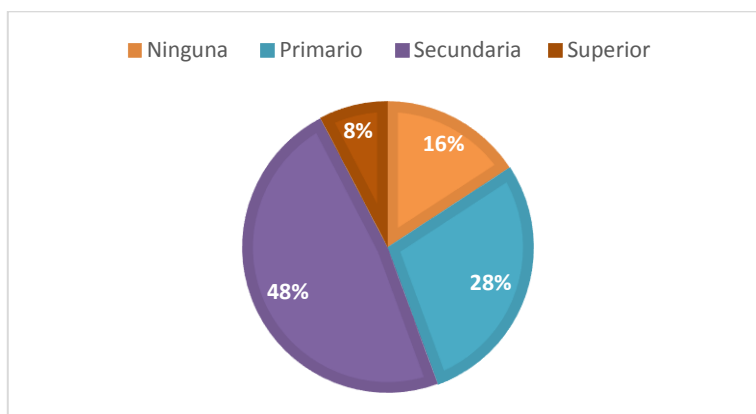
Según la gráfico anterior establece que el 29% de la audiencia encuestada tanto hombres como mujeres en el cantón Otavalo se dedican al comercio, el 19% son ama de casa, el 14% agricultores, el 9% artesanos, mientras que entre el 5 al 7% son cocineros, choferes y mecánicos, finalmente entre el 1% y 2% son empleados privados, públicos, estudiantes, cerrajeros, y carpinteros.

Esta información ratifica que mayoritariamente los oyentes de la radio Ilumán es la población económicamente activa,

como los comerciantes, amas de casa, agricultores y artesanos.

#### **4.1.2.4. Audiencia por niveles de estudios.**

Mediante el presente gráfico se expone el nivel de formación académica de la audiencia en el cantón Otavalo.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

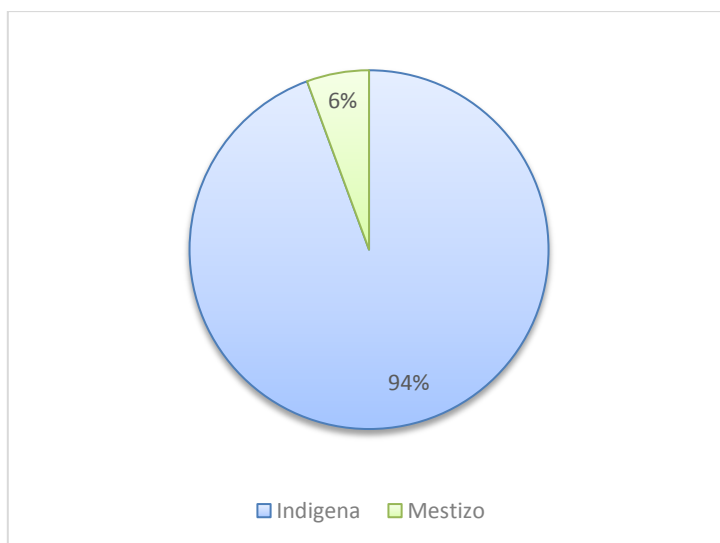
*Gráfico 7. Niveles de estudio de la audiencia*

El nivel de estudios de la audiencia encuestada en el cantón Otavalo, evidencia que el 28% tanto hombres como mujeres tienen un nivel de educación primaria, seguido por el 48% secundaria, el 8% educación superior y el 16% ningún nivel de estudio.

Deduciendo así que los oyentes de la radio Ilumán en el cantón Otavalo, casi la mitad de los encuestados tienen nivel de educación secundaria, y un porcentaje considerable tienen estudios primarios; haciendo una comparación con la audiencia encuestada en el cantón Cotacachi, se evidencia que los radioescuchas del cantón Otavalo tienen mayor formación académica.

#### **4.1.2.5. Audiencia por Identidad cultural.**

En cuanto a la identidad cultural de la audiencia de la radio Ilumán en el cantón Otavalo, a continuación se presentan los siguientes resultados.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 8. Identidad general*

En el cantón Otavalo el 94% se autoidentifican como indígenas, mientras que el 6% como mestizo.

Los datos anteriores demuestran que es casi la totalidad de los encuestados que escuchan radio Ilumán, se identifican como indígenas, sin embargo el pequeño porcentaje de oyentes mestizos, manifiestan verbalmente que no sintonizan dicha radio porque sus programas radiales son difundidos en idioma *kichwa*, esta particularidad dificulta la comprensión por su condición de monolingües. Motivo por el cual recomiendan que los programas se difundan por lo menos el 50% en castellano.

#### **4.1.3. Cantón Antonio Ante.**

##### **4.1.3.1. Audiencia por parroquias.**

En la tabla siguiente se presenta los porcentajes de encuestados por parroquias del cantón Antonio Ante.

**Tabla 11**

Encuestados por edades y por parroquias del cantón Antonio Ante

PARROQUIAS	% de encuestados por rangos de edad						Total
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
	19-30	19-30	31-50	31-50	> 50	> 50	
ATUNTAQUI					1		1



SAN FRANCISCO DE NATABUELA				3	13	7	23
SAN ROQUE		20		9			29
ANDRADE MARIN	16	14		7	1	9	47
Total	16	14	20	19	16	16	100

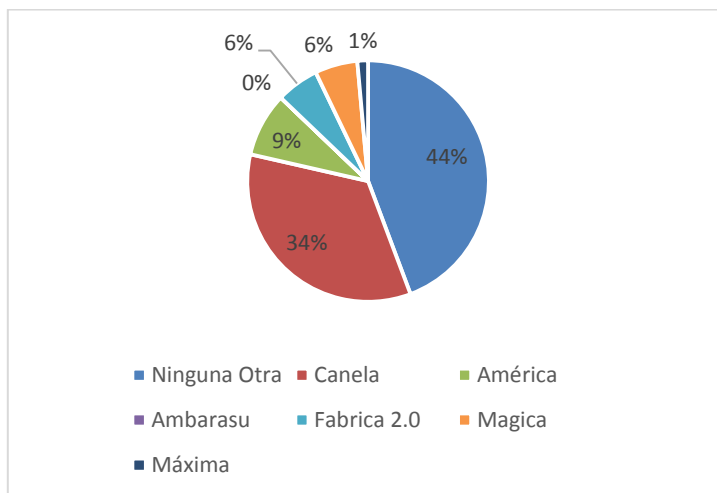
**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016

Conforme la tabla anterior, se evidencia que de la totalidad de la audiencia entre hombres y mujeres encuestados, en los principales espacios públicos de concurrencia masiva como son los mercados, plazas, parques y terminal terrestre de la cabecera cantonal de Antonio Ante, el 47% pertenecen a la parroquia urbana Andrade Marín, el 29% a San Roque, el 23% a San Francisco de Natabuela y finalmente el 1% a Atuntaqui.

De la descripción anterior, se concluye que la mayor parte de la audiencia de Radio Ilumán del cantón Antonio Ante, se localizan en la parroquia urbana de Andrade Marín con casi el 50%, mientras que el porcentaje restante se localiza en las parroquias rurales del mencionado cantón.

#### **4.1.3.2. Sintonía de otras frecuencias radiales.**

A continuación se presenta el comportamiento porcentual de la preferencia de sintonía de otras radios a más de la radio Ilumán.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 9. Otras frecuencias sintonizadas por la audiencia*

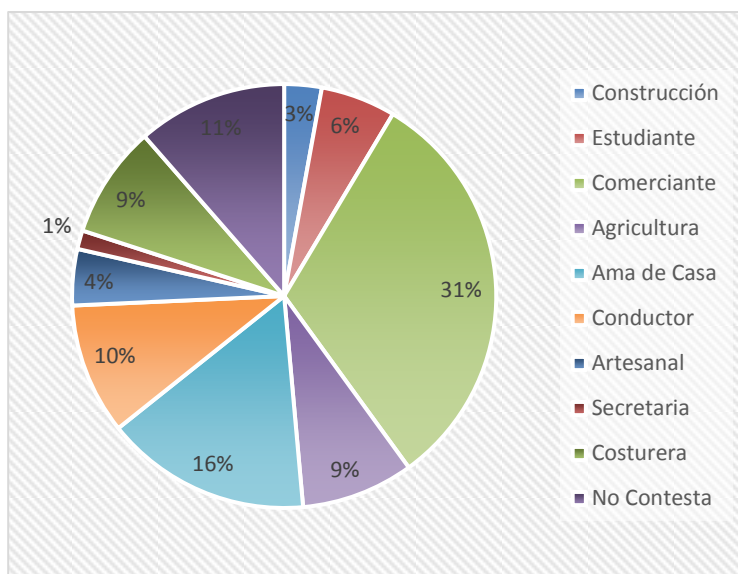
Según el gráfico antes señalado, se verifica que el 44%no escuchan ninguna otra frecuencias radial a más de la radio Ilumán, sin embargo el 34%indican que además escuchan la Radio Canela, el 9% la Radio América, el 6% la radio La Fábrica y Mágica y el 1% la radio Máxima.

De la información precedente se concluye que casi la mitad de la audiencia encuestada en el cantón Antonio Ante, escuchan solamente la radio Ilumán y un porcentaje importante además escuchan la radio canela, lo que

significa que en el referido cantón la radio que ocupa el segundo lugar en sintonía es la radio América y seguida por las radios La Fábrica, Mágica y Máxima, en porcentajes relativamente bajos. Cabe indicar que los encuestados de éste cantón coinciden en sus recomendaciones con los del cantón Otavalo e insisten en la necesidad de producir y difundir programas de entretenimiento con enfoque educativo y otros relacionados con la producción, cultura y arte. Esta última aseveración resalta la afinidad de este cantón con el arte y la cultura.

#### ***4.1.3.3. Audiencia por ocupación.***

En el siguiente gráfico se presentan porcentajes en la que se ocupa la audiencia del cantón Antonio Ante.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

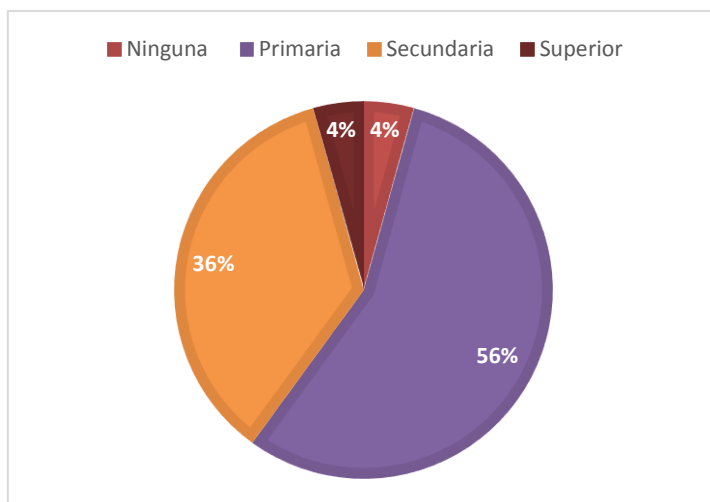
*Gráfico 10. Ocupación*

Conforme al gráfico anterior, se demuestra que el 31% de la audiencia encuestada en el cantón Antonio Ante, se dedican al comercio, el 16% a la labor de amas de casa, el 11% a la agricultura, el 10% a la conducción de vehículos y el restante 23% subdivididos en porcentajes promedio del 4.6% se dedican a otras ocupaciones como: estudios, construcción, costura, artesanía y empleo público. Sin embargo existe un porcentaje notorio del 9% de encuestados que se limitan a revelar su ocupación, lo que da entender que éste sector sumado al de los estudiantes pueden estar en la desocupación.

De los datos anteriores se evidencian que un alto porcentaje de los oyentes de la radio Ilumán en el cantón Antonio Ante, se dedican al comercio, a los quehaceres del hogar, a la agricultura y a la conducción en ese orden de importancia; además señalan que su preferencia por escuchar ésta radio responde al énfasis educativo y cultural que tienen sus programas.

#### **4.1.3.4. Audiencia por niveles de estudios.**

En el siguiente gráfico se expone el nivel de estudios de la audiencia encuestada en el cantón Antonio Ante.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

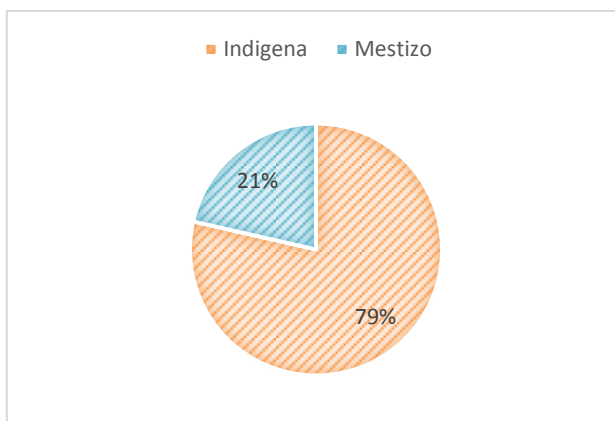
*Gráfico 11. Niveles de estudio de la audiencia*

Según el gráfico se evidencia, que el 56% tienen un nivel de educación primaria, seguido por el 36% que tienen estudios secundarios, apenas el 4% tienen estudios superiores y el porcentaje restante carece de formación académica.

Esto implica que casi la totalidad de la audiencia de la radio Ilumán encuestada en Antonio Ante, tienen al menos formación primaria, de los cuales un importante porcentaje tienen además estudios secundarios y un porcentaje mínimo han realizado estudios superiores y son profesionales. Esta última particularidad debe motivar a los actores de la radio a diversificar y a elevar el nivel académico de los programas para ampliar la preferencia en el entorno de los profesionales.

#### ***4.1.3.5. Audiencia por Identidad.***

La identidad cultural de la audiencia de la radio Ilumán encuestada en el cantón Antonio Ante, se presenta en el siguiente gráfico.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 1. Auto-identificación de la audiencia*

En el cantón Antonio Ante, el 79% de la audiencia encuestada se auto-identifican como indígenas y el 21% como mestiza. Este segundo grupo que es representativo, manifiestan que se sienten motivados a escuchar los programas *kichwa* de la radio Ilumán, porque sienten el interés de aprender este idioma ya que sus hijos se educan en establecimientos, en los que cuentan con procesos de aprendizaje del idioma *kichwa* y se ven limitados para interactuar en esta lengua y apoyar a sus hijos en sus tareas.

#### **4.1.4. Cantón Urcuquí.**

##### **4.1.4.1. Audiencia por parroquias.**

A continuación se presentan los porcentajes de radioescuchas encuestados por parroquias del cantón San Miguel de Urcuquí.

**Tabla 12**

*Encuestados por edades y por parroquias del cantón Antonio Ante*

Parroquias	% de encuestados por rangos de edad						Total
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
	19-30	19-30	31-50	31-50	> 50	> 50	
CAHUASQUI	2,5	5		10	5	2,5	<b>25</b>
PABLO ARENAS	2,5	2,5	15	2,5	7,5	10	<b>40</b>
SAN BLAS	2,5	5				2,5	<b>10</b>
TUMBABIRO				2,5	2,5	5	<b>10</b>
URCUQUI	7,5	2,5		2,5	2,5		<b>15</b>
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>17,5</b>	<b>17,5</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016

Como se evidencian en la tabla anterior, del 100% de la audiencia entre hombres y mujeres encuestados, en los principales espacios públicos de concurrencia masiva como son los mercados, plazas, parques y terminal terrestre de la cabecera cantonal de Urcuquí; el 40% pertenecen a la parroquia Pablo Arena, el 25% a Cahuasquí, el 15% a Urcuquí; y en porcentajes iguales del 10% pertenecen a San Blas y a Tumbabiro, concluyendo así que más de la mitad de la audiencia de la

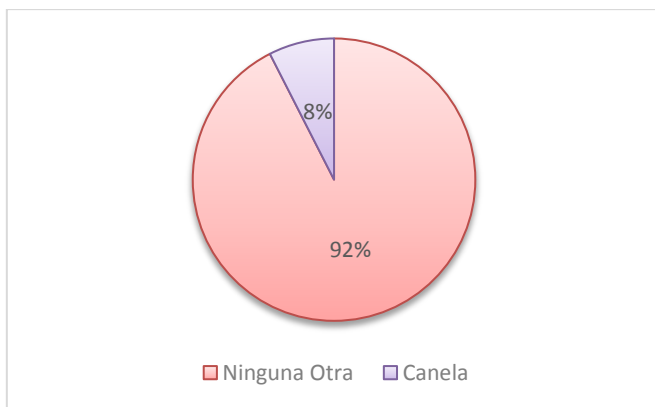


radio Ilumán del cantón Urcuquí, están en dos (Pablo Arenas y Cahuasqui) de las cinco parroquias.

Los porcentajes de radioescuchas relativamente bajos en las tres parroquias restantes, a decir de los encuestados es porque la frecuencia radial es limitada en estas parroquias, por lo que recomiendan mejor la señal lo que permitirá aumentar la audiencia y consecuentemente su preferencia.

#### **4.1.4.2. Sintonía de otras frecuencias radiales.**

El siguiente gráfico presenta las preferencias de la audiencia encuestada en el cantón Urcuquí por otras radios a más de la radio Ilumán.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

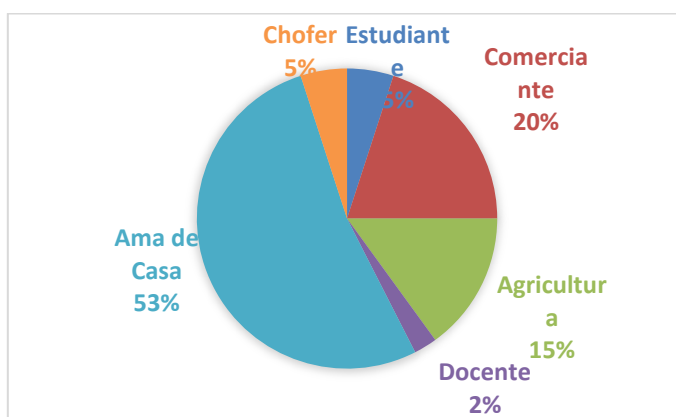
*Gráfico 23. Otras frecuencias sintonizadas por la audiencia*

De la totalidad de encuestados en el cantón Urcuquí, el 92% expresan que escuchan solamente la radio Ilumán y apenas el 9% indican que además escuchan la radio Canela como segunda opción.

Complementariamente cabe señal que el altísimo porcentaje de audiencia de radio Ilumán en este cantón, testifica que no prefieren sintonizar otras emisoras radiales, pese a la relativa claridad de su señal en este territorio.

#### **4.1.4.3. Audiencia por ocupación.**

En el gráfico siguiente se presentan los porcentajes de ocupación de la audiencia de la radio Ilumán en el cantón San Miguel de Urcuquí.



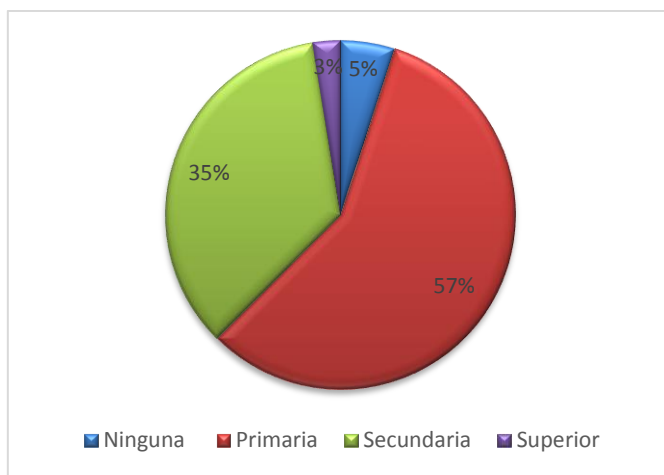
**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016  
*Gráfico 14. Ocupación de la audiencia*

Se determina que el 53% de la audiencia encuestada en el cantón Urcuquí, son mujeres amas de casa, seguido del 20% que se dedican al comercio, el 15% a la agricultura, tanto estudiantes y conductores representan el 5% respectivamente y un mínimo porcentaje equivale al 2% son docentes.

La audiencia de este cantón presenta una particularidad única, más de la mitad son mujeres amas de casa y en porcentajes relativamente bajos aparecen los comerciantes y los agricultores en ese orden.

#### ***4.1.4.4. Audiencia por niveles de estudios.***

El nivel de estudio de la audiencia de la radio Ilumán en el cantón San Miguel de Urcuquí, se presenta a continuación.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

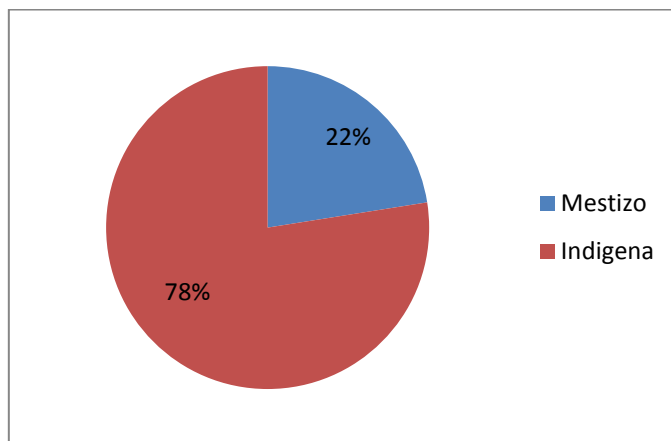
*Gráfico 35 Niveles de estudio de la audiencia*

Se evidencia que el 57% de los encuestados en el cantón Urcuquí, tienen un nivel de educación primaria, el 35% secundaria, el 5% ninguna y 3% tiene formación superior.

Como en los otros cantones analizados anteriormente, se ratifica que la mayoría de los oyentes de la radio Ilumán son los que tienen un nivel de educación primaria y secundaria, pero también existe una mínima presencia de oyentes con estudios de nivel superior.

#### ***4.1.4.5. Audiencia por Identidad cultural.***

Según las encuestas aplicadas en el cantón Urcuquí, con el fin de saber la identidad cultural de la audiencia, los resultados obtenidos fueron los siguientes:



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 16. Auto-identificación de la audiencia*

De los 100% encuestados en el cantón Urcuquí, el 78% se identifican como indígenas, mientras que el 22 % como mestizos.

Esta información confirma que un porcentaje significativo de la audiencia encuestada en el cantón Urcuquí corresponde al sector indígena, lo que significa además que en esta población tiene una muy buena aceptación la programación difundida.

#### **4.1.5. Generalización de los promedios de ocupación, educación, identidad cultural y otras frecuencias escuchadas dentro de los cuatro cantones de la audiencia de la radio Ilumán.**

El análisis general de los niveles de ocupación, educación, identidad cultural y otras frecuencias escuchadas por la audiencia dentro de los cuatro cantones de cobertura de la radio Ilumán se describen a continuación.

##### **4.1.5.1. Promedio de los niveles de ocupación de la audiencia en los catones: Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí.**

**Tabla 13**

*Niveles porcentuales de ocupación de la audiencia de la radio Ilumán*

<b>OCUPACIÓN</b>	<b>Cotacachi</b>	<b>Otavalo</b>	<b>Antonio Ante</b>	<b>Urcuquí</b>	<b>% Promedio</b>
Ama de Casa	25,00	18,88	15,71	52,50	28,02
Comerciante	14,13	28,57	31,43	20,00	23,53
Agricultura	38,04	14,29	8,57	15,00	18,98
Chofer	1,09	9,18	10,00	5,00	6,32
Estudiante	5,43	6,63	5,71	5,00	5,70
Ninguna			11,43		2,86

Docente	3,26	4,08		2,50	2,46
Costurera		0,51	8,57		2,27
Construcción	1,09	4,59	2,86		2,13
Cantante	1,09	6,12			1,80
Carpintero	3,26	1,02			1,07
Artesano			4,29		1,07
Partera	2,17	1,53			0,93
Cocinera	1,09	2,04			0,78
Mecánico	2,17	0,51			0,67
Acupunturista	1,09	1,02			0,53
Empleada Publica	1,09	1,02			0,53
Secretaria			1,43		0,36
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016

Conforme a la información de la tabla anterior, se desprende que son tres los campos ocupacionales predominantes de la audiencia de radio Ilumán dentro de los cuatro cantones, siendo la labor de ama de casa, comercio y la agricultura con porcentajes del 28%, 24% y 19% respectivamente en ese orden.

Además, aunque en pequeños niveles, como parte de la audiencia de ésta radio, se presentan, los choferes y estudiantes, en porcentajes promedio de 6.32% y 5.70% respectivamente.

Liderado por los radioescuchas que no declaran su ocupación se encuentran los docentes, costureras y los trabajadores de construcción con una presencia promedio del 2.43%

Sin embargo, cabe indicar que en porcentajes mínimos también aparecen como parte de la audiencia, los cantantes, carpinteros, artesanos, las parteras, cocineras, mecánicos, acupunturistas, servidores públicos y secretarías, con un promedio porcentual de 0.83%.

Esta información demuestra que la audiencia potencial de radio Ilumán se encuentra liderada por las amas de casa, seguido por los comerciantes y agricultores, particularidad que da entender que los programas que por naturaleza tiene un énfasis educativo, logran la aceptación en estos tres grupos sociales y la presencia importante de las amas de casa liderando la audiencia puede responder a la actitud que tienen generalmente las madres, quienes son las que más interactúan con sus hijos y se mantienen pendiente de su educación.



#### 4.1.5.2. Promedio de los niveles de formación académica de la audiencia en los cantones: Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí.

**Tabla 14**

*Nivel de estudio de la audiencia de la radio Ilumán*

<b>Nivel de Estudio</b>	<b>Cotacachi</b>	<b>Otavalo</b>	<b>Antonio Ante</b>	<b>Urcuquí</b>	<b>% Promedio</b>
Primario	62	29	56	58	51
Secundario	26	48	36	35	36
Ninguna	8	16	4	5	8
Superior	4	8	4	3	5
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016

De los datos de la tabla precedente, se verifica que la mitad de la audiencia de la radio Ilumán encuestada en los cantones Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí son personas que tienen únicamente estudios primarios, mientras que el 36% tienen estudios primarios y secundarios, dando un promedio de 87% de éstos dos sectores juntos; sin embargo el 8% de la audiencia indican no tener ningún tipo de estudios, y el 5% disponen de estudios superiores.

El predominio de la audiencia con estudios primarios y secundarios, debe orientar el manejo de los lenguajes y los niveles de complejidad en los procesos de producción y difusión de los contenidos y programas.

#### **4.1.5.3. Identidad cultural de la audiencia en los cantones: Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí.**

**Tabla 15**

*Identidad Cultural de la audiencia de la radio Ilumán*

<b>Identidad</b>	<b>Cota- cachi</b>	<b>Otavalo</b>	<b>Antonio Ante</b>	<b>Urcuquí</b>	<b>% Promedio</b>
Indígena	83,70	94,39	78,57	77,50	83,54
Mestizo	16,30	5,61	21,43	22,50	16,46
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016

Según los datos de la tabla anterior, se ratifica que la tendencia mayoritaria de la audiencia de la radio Ilumán se encuentra en el sector indígena que representa el 83,54% de encuestados, sin embargo, también se

presenta un considerable porcentaje equivalente al 16,46% de mestizos.

Esta lectura permite deducir que el trabajo realizado por la radio y la audiencia a la que atiende con la producción y difusión de sus contenidos y programas, tiene coherencia con la misión planteada que se describe a continuación:

La radio Ilumán 96.7 FM es un medio de comunicación bilingüe y alternativo para los pueblos kichwas de la sierra norte del Ecuador, que promoverá el fortalecimiento de la identidad cultural y la convivencia intercultural; mediante acciones comunicacionales basadas en la recuperación de sus valores y conocimientos culturales; así como orientando, concienciando y educando a toda la sociedad a través de la comunicación

#### ***4.1.5.4. Otras emisoras escuchadas por la audiencia de la radio Ilumán en los catones: Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante y Urcuquí.***

**Tabla 16**

*Otras emisoras escuchas por la audiencia a más de la Radio Ilumán*

Otras	Cotacachi	Otavalo	Antonio	Urcuquí	%
-------	-----------	---------	---------	---------	---

<b>emisoras escuchadas</b>	<b>Ante</b>				<b>Promedio</b>
Ninguna					
Otra	22,83	46,43	44,29	92,50	51,51
Canela	36,61	17,86	34,29	7,50	24,06
Voku	24,65	0,51	0,00	0,00	6,29
Ambar Azul	3,26	20,41	0,00	0,00	5,92
Satélite	8,70	1,02	0,00	0,00	2,43
América Pública	1,09	0,00	8,57	0,00	2,41
Cotacachi	1,09	6,12	0,00	0,00	1,80
Fabrica 2.0	0,00	0,00	5,71	0,00	1,43
Mágica	0,00	0,00	5,71	0,00	1,43
Sonorama	1,09	1,53	0,00	0,00	0,65
HCJV	1,09	1,02	0,00	0,00	0,53
Exa FM	0,00	2,04	0,00	0,00	0,51
Los Lagos	0,00	2,04	0,00	0,00	0,51
Máxima	0,00	0,00	1,43	0,00	0,36
Inti Pacha	0,00	1,02	0,00	0,00	0,26
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo, 2016

Los datos anteriores evidencian que el 51,51% de la audiencia encuestada en los cuatro cantones, demuestran total aceptación y fidelidad hacia los contenidos y programas difundidos por la radio Ilumán; sin embargo, el 24,06%, a más de la radio Ilumán escuchan Radio Canela, aspecto que ubica a ésta radio como la segunda en sintonía en los cantones encuestados.

En un tercer lugar de sintonía se ubican las radios Voku y Ambar Azul, con un promedio de sintonía de 6,29% y 5,92% respectivamente; en cuarto lugar están las radios Satélite y América, con niveles similares de sintonía (2,4%); En quinto lugar se encuentran las radios Publica Cotacachi, Fábrica 5.0 y Mágica, con alrededor de 1,55% de sintonía a más de la radio Ilumán; Con niveles ínfimos de sintonía aparecen las radio Sonorama, HCJV, Exa FM, Los Lagos, Máxima e Inti Pacha.

En el Art. 4 de la Reforma del Estatuto de la Asociación de Jóvenes Kichwas de Imbabura – AJKI, organización promotora de la radio Ilumán, establece como objetivo general “Promover, fortalecer y visibilizar, las memorias colectivas, saberes ancestrales, los bienes y expresiones culturales, mediante programas de educación, formación, capacitación, trabajo planificado (...)”; objetivo que al parecer está siendo encaminada a través de las acciones comunitarias desarrolladas por la radio, lo que hace que ésta cuente con una representativa audiencia que se muestra fiel en la escucha de sus contenidos y programas.

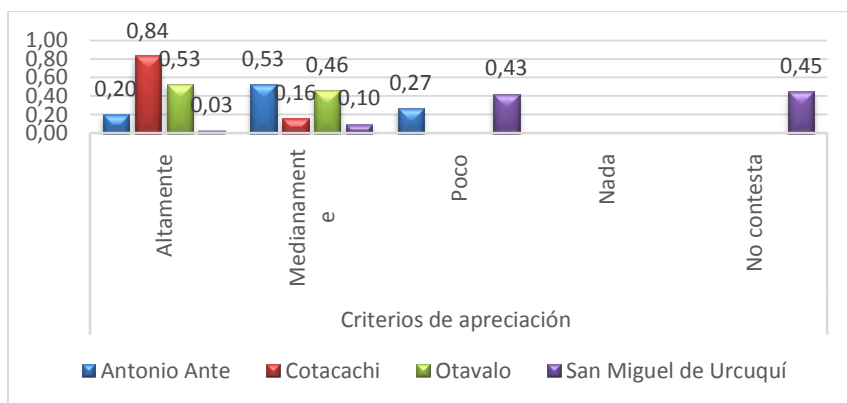
## 4.2. Características de la Comunicación Comunitaria en la Radio Ilumán

Las características que definen la comunicación comunitaria se analizaron mediante los indicadores: ‘pertinencia cultural y lingüística’; ‘pertinencia social’; ‘veracidad, objetividad y coyunturalidad de los contenidos y programas’; ‘la sostenibilidad social y comunitaria’; y ‘la sostenibilidad económica’.

### 4.2.1. Pertinencia Cultural y Lingüística.

El análisis del indicador ‘pertinencia cultural y lingüística’, se realizó sobre la base de cuatro ítems que se describen a continuación:

#### 4.2.1.1. Niveles de participación de actores comunitarios en la difusión de los programas de la radio Ilumán.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 4. Participación de actores comunitarios*

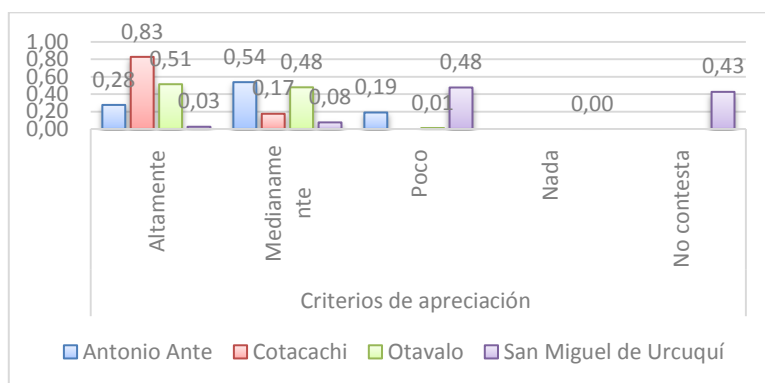
Del gráfico anterior, se deduce que los encuestados del cantón Antonia Ante, testifican que la participación de actores comunitarios se escucha altamente en un 20%, el 53% indica que se realiza medianamente y el 27% poco; mientras que en el cantón Cotacachi el 84% indican que se escucha altamente y el 16% medianamente; en cantón Otavalo el 53% coincide con la apreciación de altamente y el 46% medianamente; y por su parte el cantón San Miguel de Urcuquí el 35% considera altamente, el 10% medianamente y el 43% poco.

Liderado de manera amplia por el cantón Cotacachi, seguido por el cantón Otavalo y cantón Antonio Ante, la audiencia encuestada, reconoce que durante la difusión de los contenidos y programas de la radio, escuchan la participación de diversos actores comunitarios como dirigentes de organizaciones de segundo grado, presidentes de los cabildos comunitarios, miembros de las comunidades, emprendedores, entre otros. Esta particularidad contribuye a la implementación de una política comunicacional que difunda contenidos desde una

perspectiva comunitaria e intercultural que es la razón de ser de la radio.

Haciendo un promedio global, se determina que el 89% de los encuestados, en alguna medida, afirman haber escuchado la participación de actores comunitarios en los programas de la radio Ilumán, mientras que apenas el 11% que no contestan.

#### 4.2.1.2. Niveles de difusión de las prácticas y saberes comunitarios.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 18.* Nivel de difusión de prácticas y saberes comunitarios

En el anterior gráfico se expresa el nivel de la difusión de las prácticas y saberes comunitarios en los programas realizados por la Radio Ilumán y éstos fueron los

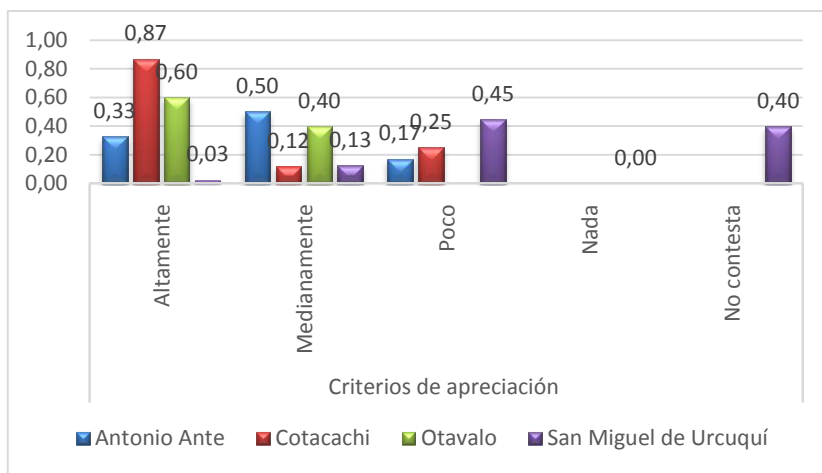


resultados obtenidos, luego de la aplicación de las encuestas a su audiencia.

En el cantón Antonio Ante el 28% consideran altamente, el 54% medianamente y el 19% poco; mientras que en el cantón Cotacachi el 83% indican que es altamente y el 17% medianamente; en el cantón Otavalo el 51% altamente y el 48% medianamente; y en el cantón San Miguel de Urququí el 51% consideran altamente, el 48% medianamente y el 1% poco.

Haciendo un promedio global, se determina que el 89% de los encuestados, aunque con criterios diferenciados, afirman haber escuchado contenidos relacionados con las prácticas y saberes comunitarios en los programas de la radio Ilumán y apenas el 11% que no contestan. Realidad programática que guarda relación con el objetivo general de la AJIK, que comprende “Promover, fortalecer y visibilizar, las memorias colectivas, saberes ancestrales, los bienes y expresiones culturales, mediante los programas de educación y formación”.

**4.2.1.3. Contribución de los programas de la radio Ilumán en el fortalecimiento de la identidad cultural de la audiencia.**



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

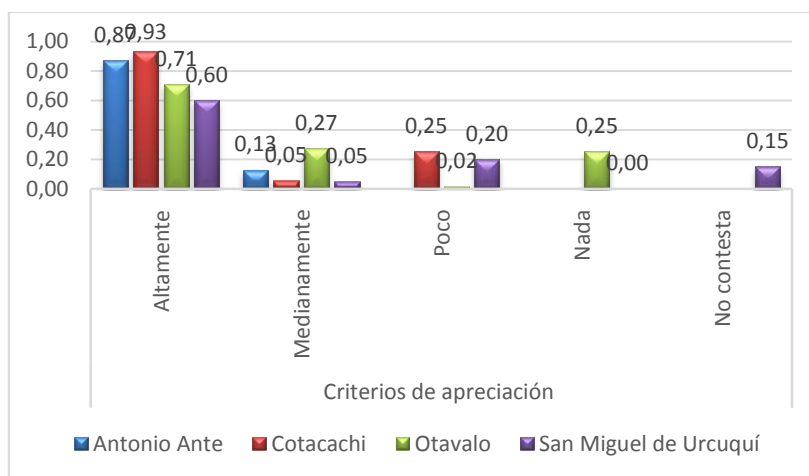
*Gráfico 17. Fortalecimiento de la identidad cultural*

Los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas a la audiencia en los cuatro cantones de cobertura de la radio, referente a cuánto apoyan los programas de la radio Ilumán en el fortalecimiento de su identidad cultural se presentan de la siguiente manera:

En el cantón Antonia Ante el 33% consideran que es altamente, el 50% medianamente y el 17% poco; mientras que en el cantón Cotacachi el 87% indican que es altamente, el 12% medianamente y el 25% poco; en cantón Otavalo el 60% altamente y el 40% medianamente; y en el cantón San Miguel de Urcuquí el 3% consideran altamente, el 13% medianamente y el 45% poco.

El promedio global de las apreciaciones recabadas en los cuatro cantones, el 90% de los encuestados determinan que los programas de la radio Ilumán sí contribuyen claramente en el fortalecimiento de la identidad cultural de su audiencia, ante un 10% que no contestan.

#### 4.2.1.4. Niveles de difusión de los programas radiales en idioma kichwa



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 18.* Programas radiales difundidos en kichwa

En lo referente al porcentaje de difusión de los programas radiales realizados en idioma *kichwa*, sus resultados obtenidos se presentan a continuación.

En el cantón Antonio Ante, el 87% consideran que es altamente y el 13% medianamente; mientras que en el cantón Cotacachi el 93% indican que es altamente, el 5% medianamente y el 25% poco; en cantón Otavalo el 71% altamente y el 27% medianamente, 2% poco y el 25% nada; y finalmente en el cantón San Miguel de Urcuquí el 60% consideran altamente, el 5% medianamente, el 20% poco y el 15% que no contestan.

Esto quiere decir que el 96% del total de la audiencia encuestada afirman que los programas de la radio Ilumán son difundidos en idioma *kichwa*, siendo así, la gran mayoría de los programas de ésta radio están orientados hacia la revitalización de la lengua originaria del pueblo *kichwa* de los cuatro cantones encuestados que comprende su audiencia; frente a un mínimo porcentaje del 4% que no contestan.

#### ***4.2.1.5. Generalización de los niveles de pertinencia cultural y lingüística de los programas de la radio Ilumán en los cuatro cantones de su cobertura.***

**Tabla 17**

*Niveles de pertinencia cultural y lingüística de los cuatro cantones.*

<b>Programas</b>	<b>Criterios de apreciación</b>
------------------	---------------------------------

<b>radiales</b>	<b>Altamente</b>	<b>Media na- mente</b>	<b>Poco</b>	<b>Nada</b>	<b>No contesta</b>
Participación de actores comunitarios	0,40	0,31	0,18	0,00	0,11
Saberes y prácticas comunitarios	0,41	0,32	0,17	0,00	0,11
Fortalecimiento de la identidad cultural	0,46	0,29	0,16	0,00	0,10
Programas en idioma <i>kichwa</i>	0,78	0,13	0,06	0,00	0,04
<b>Total</b>	<b>2,04</b>	<b>1,04</b>	<b>0,56</b>	<b>0,00</b>	<b>0,36</b>
<b>Promedio</b>	<b>0,51</b>	<b>0,26</b>	<b>0,14</b>	<b>0,00</b>	<b>0,09</b>

**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo 2016.

Teniendo como elementos definitorios de la pertinencia cultural y lingüística, la participación de los actores comunitarios, la difusión de las prácticas y saberes comunitarios, la contribución de los programas en el fortalecimiento de la identidad cultural y la difusión de

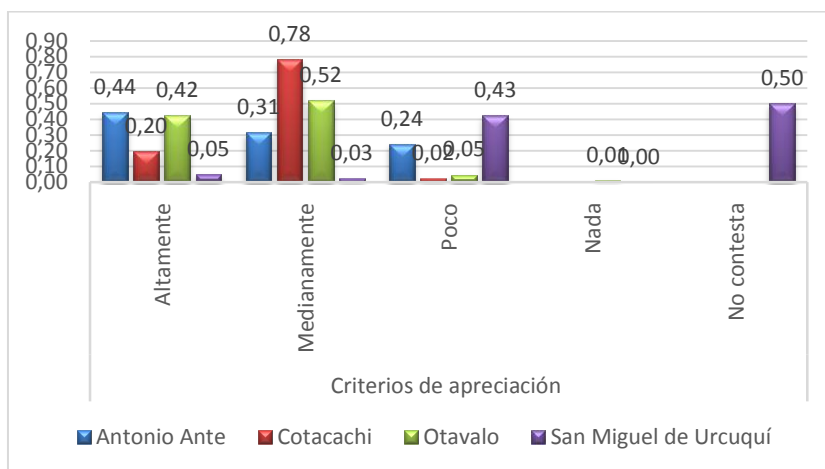
programas en idioma *Kichwa*; de los datos anteriores se concluye que la programación radial ha merecido el criterio de altamente pertinente en el 51%, en un 26% medianamente y en un 14% poco, ante un 9% que no contestan.

Lo que significa que el 77% de la audiencia considera que la programación de la radio Ilumán tiene suficiente pertinencia cultural y lingüística, mientras que el 14% indica que tiene poca pertinencia. Esta aseveración recalca que la programación de la radio Ilumán está orientada significativamente al fortalecimiento cultural y lingüístico de su audiencia.

#### **4.2.2. *Pertinencia social.***

Para el análisis de la pertinencia social se trabajó en base a nueve ítems que se desarrollan a continuación:

#### 4.2.2.1. Niveles de difusión de programas Informativos



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 19.* Nivel de difusión de programas informativos

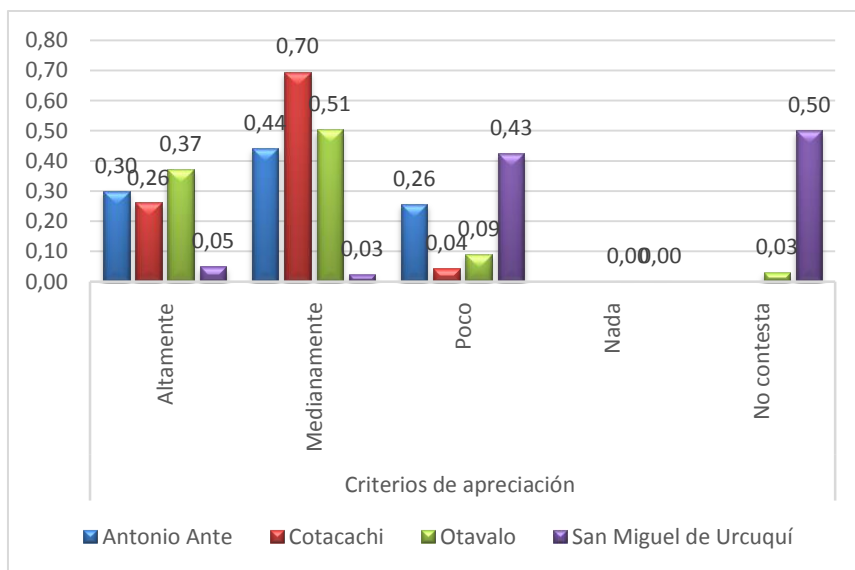
Mediante las encuestas aplicadas a la audiencia en los cuatro cantones de cobertura de la radio Ilumán, con respecto al porcentaje de difusión de programas informativos, se obtuvieron los siguientes resultados:

En el cantón Antonio Ante el 44% consideran que programas informativos se difunden altamente, el 31% medianamente y el 24% poco; en el cantón Cotacachi el 20% indican que es altamente, el 78% medianamente y el 2% poco; en el cantón Otavalo el 42% dicen altamente, el 52% medianamente, el 5% poco; y en el cantón San

Miguel de Urququí el 5% consideran altamente, el 3% medianamente, el 43% poco y el 50% no contesta.

De los datos anteriores se determina que el 87% de los encuestados afirman que se difunden en alguna medida los programas informativos que tiene que ver con los noticieros, en el ámbito local, nacional e internacional, en cadena con CORAPE, acontecimientos organizacionales, ceremoniales, festivos, artísticos y culturales de las comunidades y hasta familiares; Sin embargo que el 13% no contestan.

#### **4.2.2.2. Niveles de difusión de programas de opinión.**





**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016  
*Gráfico 50.* Nivel de difusión de programas opinión.

Con respecto a la transmisión de programas de opinión, la audiencia de los cuatro cantones concuerda en los siguientes resultados.

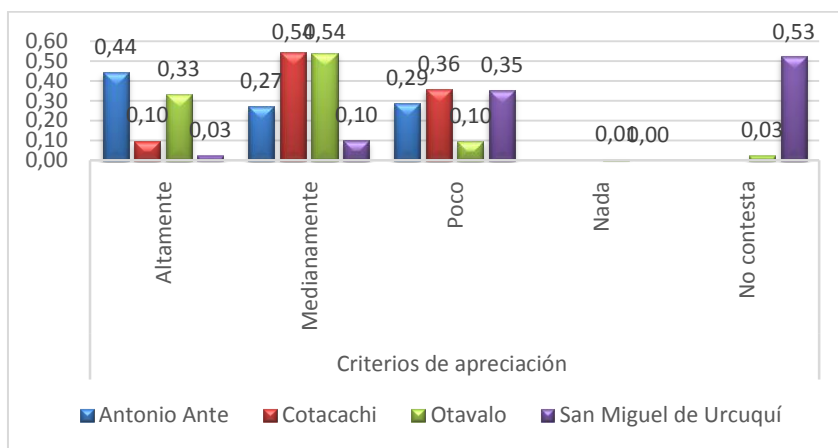
En el cantón Antonio Ante el 30% consideran que es altamente, el 44% medianamente y el 26% poco; mientras que en el cantón Cotacachi el 26% indican que es altamente, el 70% medianamente y el 4% poco; en el cantón Otavalo el 37% dicen altamente, el 51% medianamente, el 9% poco y 3% no contesta; y en el cantón San Miguel de Urcuquí el 5% consideran altamente, el 3% medianamente, el 43% poco y el 50% no contesta.

La información anterior demuestra que el 87% de los encuestados dicen que existe difusión de programas de opinión, el 13% no contestan.

Cabe indicar que de manera complementaria los encuestados recomiendan que se amplíe los espacios de opinión, de tal manera que exista mayor apertura para que líderes y lideresas comunitarios/as, sabios,

profesionales, estudiantes y otros actores puedan generar opinión con respecto a temas de interés de la audiencia.

#### 4.2.2.3. Niveles de difusión de programas educativos y culturales.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 21.* Niveles de difusión de programas educativos y culturales

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a la audiencia, sobre los niveles de difusión de programas educativos y culturales a través de la radio Ilumán.

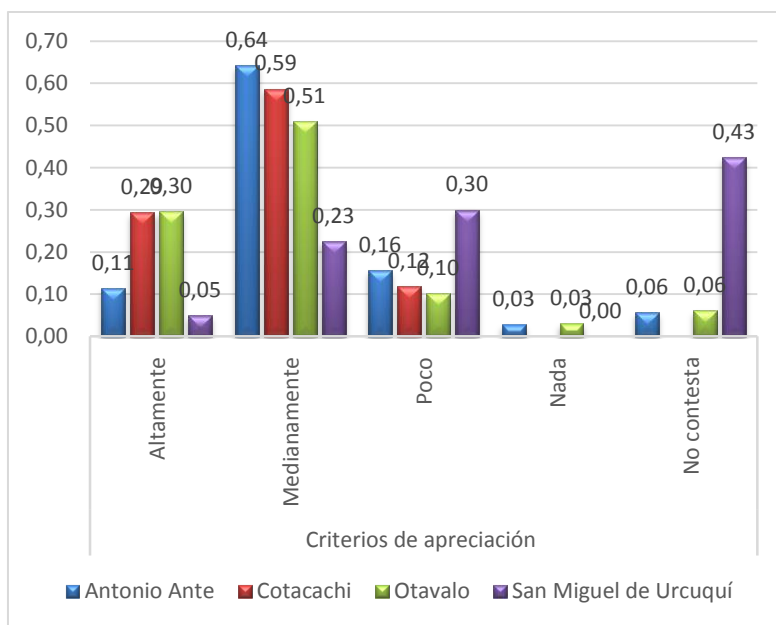
En el cantón Antonio Ante el 44% consideran que es altamente, el 27% medianamente y el 29% poco; mientras que en el cantón Cotacachi el 10% indican que

es altamente, el 54% medianamente y el 36% poco; en cantón Otavalo el 33% altamente, el 54% medianamente, el 10% poco y el 3% no contesta; y en el cantón San Miguel de Urcuquí el 3% consideran altamente, el 10% medianamente, el 35% poco y el 53% no contesta.

De promediar la información anterior se deduce, que más de la mitad de los encuestados validan la transmisión de programas con carácter educativo y cultural y un porcentaje importante aceptan que existe poca producción y difusión de este tipo de programas. El alto porcentaje de audiencia de Urcuquí, que no responde ante este ítem, a más reducir el promedio del porcentaje de opinión de otros cantones, hace suponer que pese a escuchar Radio Ilumán no logran diferenciar los tipos de programas.

Como recomendación, la audiencia encuestada plantea la necesidad de fortalecer los programas educativos y culturales con un énfasis de entretenimiento, a partir de temáticas orientadas para padres, madres e hijos.

#### ***4.2.2.4. Niveles de difusión de programas de entretenimiento.***



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 22.* Nivel de difusión de programas de Entretenimiento

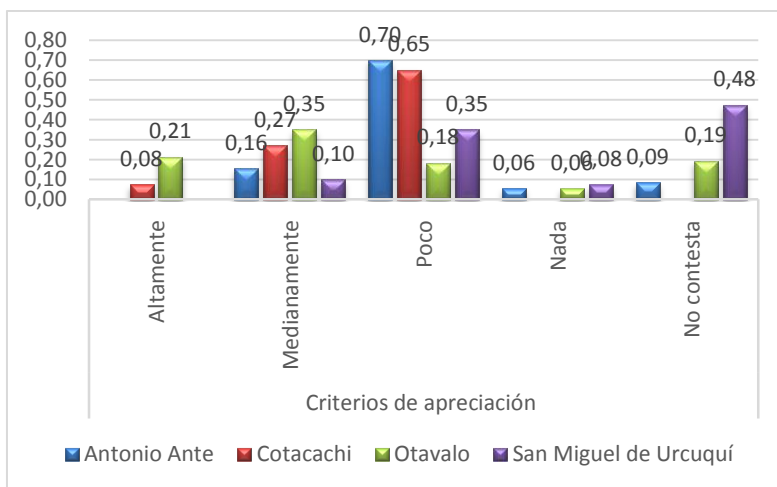
Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas con la finalidad de saber en qué medida se difunden los programas de entretenimiento, se presentan a continuación.

En el cantón Antonio Ante el 11% atestiguan que es altamente, el 64% medianamente y el 16% poco, el 3% nada y el 6% no contesta; mientras que en el cantón Cotacachi el 29% indican que es altamente, el 59% medianamente y el 12% poco; en el cantón Otavalo el 30% altamente, el 51% medianamente, 10% poco, el 35%

nada y 6% no contesta; y en el cantón San Miguel de Urququí el 5% consideran altamente, el 23% medianamente, el 30% poco y el 43% no contesta.

Conforme los datos anteriores se observa que más de la mitad de los encuetados en los cuatro cantones, concuerdan con los criterios de altamente y medianamente, lo que demuestra que la radio Ilumán sí produce y difunde programas de entretenimiento de manera considerable. Sin embargo los demás porcentajes relacionados con los criterios de poco, nada y blancos, inducen a que éstos programas sean mejorados en su género, manteniendo una perspectiva de respeto a la audiencia sin caer en contenidos discriminatorios y burlescos como suelen suceder en programas de otras emisoras.

#### ***4.2.2.5. Niveles de difusión de programas deportivos.***



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 23.* Niveles de difusión de programas deportivos

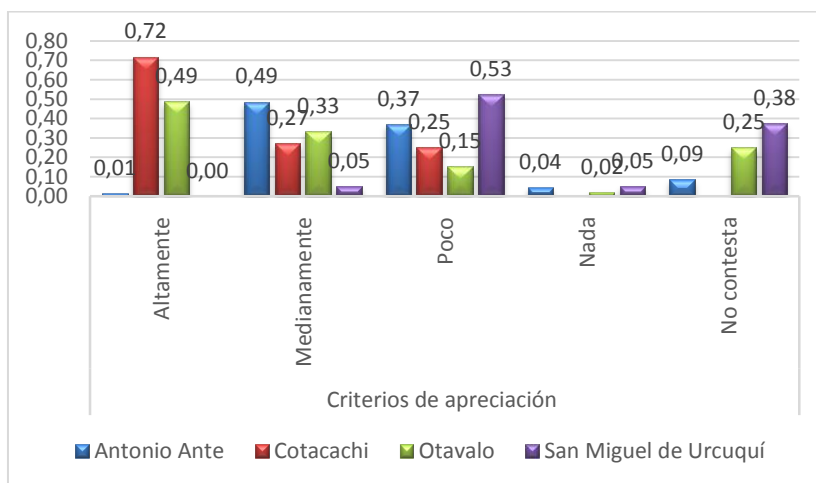
Con respecto a los nivel de transmisión de programas deportivos por parte de la radio Ilumán, del grafico anterior se desprende que en el cantón Cotacachi, apenas el 8% de la audiencia considera que la difusión de este tipo de programas merece el criterio de altamente, el 27% concuerda con el criterio de medianamente y el 65% indica que es poco; mientras que en el cantón Antonio Ante ningún entrevistado concuerda con altamente, el 16% indica que se difunde medianamente, el 70% poco, el 6% nada y el 9% no contesta; en el cantón Otavalo el 21% coincide con altamente, el 35% con medianamente, el 18% poco, el 6% con nada y 19% no contesta; y en el cantón San Miguel de Urcuquí apenas el 10% consideran

medianamente, el 35% poco, el 8% nada y el 48% no contesta.

Según los resultados antes indicados se evidencia que un porcentaje considerable de los encuestados afirman haber escuchado programas deportivos, sin embargo un porcentaje representativa que haciende al 71% se alinean en los criterios de poco, nada y de no responder.

Esto ratifica claramente que existe poca producción y difusión de programas deportivos por parte de la radio Ilumán; ante lo cual la audiencia recomienda que los reporteros de la radio deberían movilizarse a las lugares donde se realicen los campeonatos interparroquiales, intercomunales, interprovinciales; en caso de no existir este tipo de campeonatos que la radio Ilumán sea la pionera en organizar campeonatos, jornadas deportivas y encuentros de juegos tradicionales en las diferentes localidades, lo que permitirá cautivar a los jóvenes como parte de su audiencia.

#### 4.2.2.6. Niveles de difusión de cuñas comerciales publicitarias.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 246. Nivel de difusión de cuñas comerciales publicitarias*

Revisando el comportamiento porcentual de las opiniones de la audiencia en relación a la transmisión de cuñas publicitarias como parte de la programación de la radio Ilumán se verifica que en el cantón Antonio Ante un mínimo porcentaje del 1% consideran altamente, el 49% medianamente, el 37% poco, el 4% nada y el 9% no responden; mientras que la apreciación en el cantón Cotacachi varía significativamente, el 72% indican que es altamente, el 27% medianamente, y el 25% poco; así mismo en el cantón Otavalo el 49% señalan que es

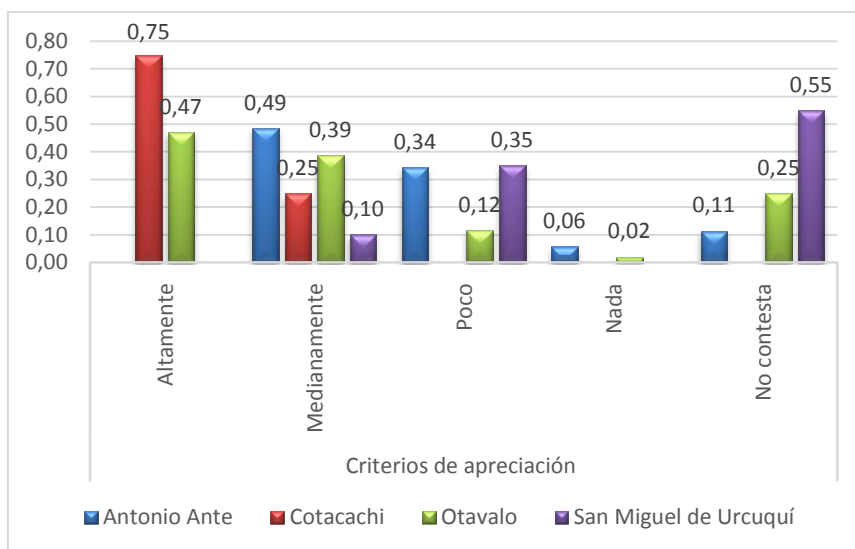


altamente, el 33% medianamente, 15% poco, el 3% nada y 25% no contesta; por su parte en el cantón San Miguel de Urcuquí el 5% consideran medianamente, el 53% poco, el 5% nada y el 38% no contesta.

Promediando los porcentajes de opinión se visibiliza que un 59% de los encuestados en los cuatro cantones confirman la existencia de cuñas publicitarias y el porcentaje restante se mantienen en los criterios de poco, nada y no respuesta lo que demuestra que la programación radial cuenta con relativa cantidad de publicidad sin que esto sea el predominante.

Comparando con la opinión directa de los actores de la radio, lo antes analizado concuerda con el énfasis publicitario que tiene y debe mantener la radio, es decir no está abierta a tomar y difundir publicidad de empresas que promocionen productos que contaminen el medio ambiente, la salud humana; de empresas mineras, petroleras; de política partidista, de acciones separatistas de la gestión organizacional, de sectas religiosas que denigran la espiritualidad andina, y de personas que aparentan saber y practicar medicina tradicional que solo persiguen intereses lucrativos.

#### 4.2.2.7. Niveles de difusión de acontecimientos comunitarios inesperados.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 25.* Niveles de difusión de acontecimientos comunitarios inesperados

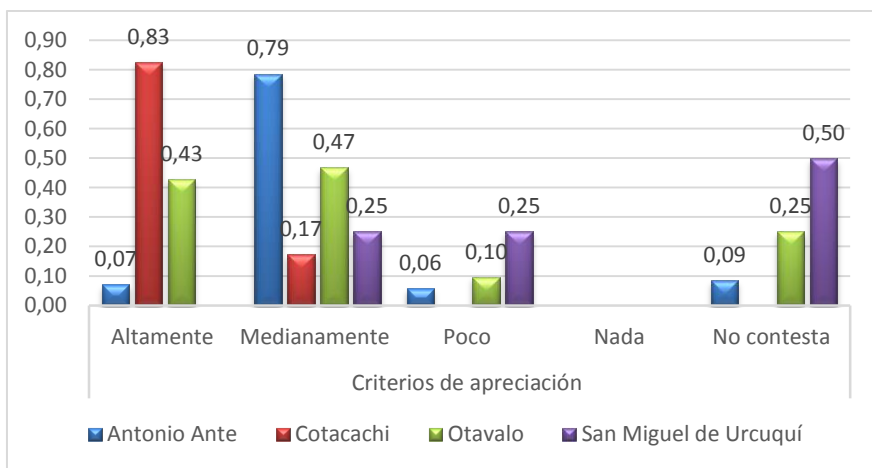
Conforme a los resultados obtenidos con respecto a la difusión de los acontecimientos comunitarios inesperados tales como el hurto, fallecimiento, accidentes, desaparecimientos, entre otros, se desprenden que los encuestados del cantón Antonio Ante, el 49% consideran que es medianamente, el 34% poco, el 6% nada y el 11% no contesta; mientras que en el cantón Cotacachi el 75% indican que es altamente, y el 25% medianamente; en el

cantón Otavalo el 47% altamente, el 39% medianamente, 12% poco, el 2% nada y 25% no contesta; finalmente en el cantón San Miguel de Urcuquí el 10% consideran medianamente, el 35% poco, y el 55% no contesta.

Dicho de otro modo, el 61% de los encuestados confirman que a radio sí difunde los acontecimientos comunitarios inesperados, de donde se deduce que la radio Ilumán si se mantiene pendiente ante este tipo de acontecimientos para difundir y alertar inmediatamente de ser necesario.

El porcentaje representativo que concuerda con los criterios de poco, nada y de no respuesta, ratifican también el sentir de la audiencia que espera de la radio, que ésta se mantenga en alerta y ponga sobre aviso de algunos de estos acontecimientos que estén ocurriendo en otros sectores y que puedan afectar a la tranquilidad de las familias de cobertura de la radio.

**4.2.2.8. Niveles de contribución de los programas en el cambio de comportamiento positivo de la audiencia.**



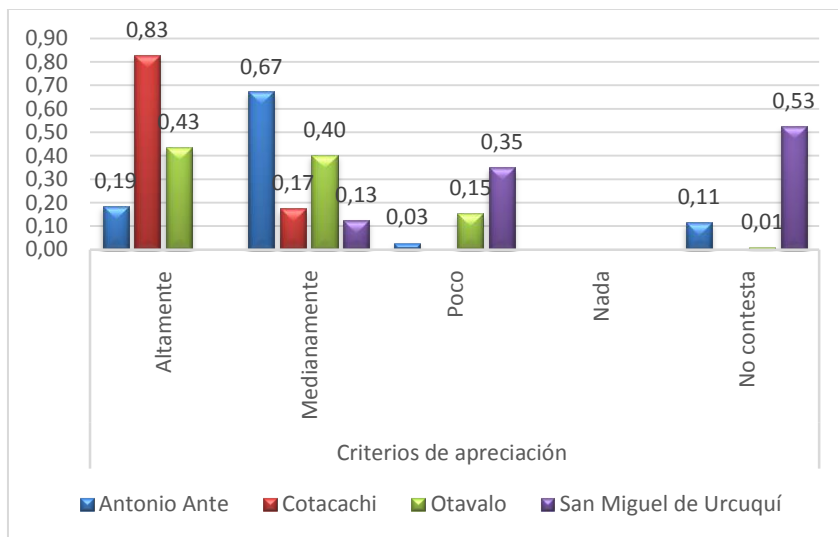
**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 26.* Nivel de contribución de los programas en el comportamiento positivo de la audiencia

Del análisis de la forma de contribución de los programas de la radio Ilumán en el cambio actitudinal positivo en la audiencia, se determina que en un reducido porcentaje del 7% los encuestados del cantón Antonio Ante, consideran que es altamente, el 79% dice medianamente, el 6% poco y el 9% no contesta; en el cantón Cotacachi el 83% indican que es altamente y el 17% medianamente; en el cantón Otavalo el 43% dicen que su contribución es altamente, el 47% medianamente, el 10% poco, el 25% no contesta y en el cantón San Miguel de Urcuquí el 25% consideran medianamente, el 25% poco, y el 50% no contesta.

En todo caso los resultados anteriores, revelan que en un 75%, los encuestados validan que la contribución de los programas de la radio Ilumán 96.7 FM sí influyen positivamente en el comportamiento actitudinal de la audiencia y ésta al estar orientada mayoritariamente a las comunidades indígenas significa que contribuye en el fortalecimiento de la identidad cultural y lingüística de este sector.

#### 4.2.2.9. Niveles de contribución de los programas en el desarrollo comunitario.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 27.* Nivel de contribución de los programas en el desarrollo comunitario

Revisando los resultados relacionados con la contribución de los programas de la radio Ilumán en el desarrollo comunitario tales como la promoción de emprendimientos familiares, personales, organizacionales y comunitarios, se desprende que en el cantón Antonio Ante el 19% consideran que es altamente, el 67% medianamente, el 3% poco y el 11% no contesta; en el cantón Cotacachi el 83% indican que es altamente y el 17% medianamente; mientras que en el cantón Otavalo el 43% señala altamente, el 40% medianamente y el 15% poco; finalmente en el cantón San Miguel de Urcuquí el 13% consideran medianamente, el 35% poco y el 53% no contesta.

Si bien es cierto la mayoría (70%) de los encuestados afirman que los programas de la radio sí favorecen en el desarrollo comunitario, sin embargo de manera verbal solicitan que la radio camine hacia las comunidades y realicen programas en vivo desde los propios espacios de los emprendimientos, esta estrategia puede ayudar a promocionar y comercializar sus productos que en su mayoría son cultivados naturalmente y en el caso de los productos manufacturados que son elaborados teniendo en cuenta la visión ecológica que contribuyen a la buena

salud y la preservación del medio ambiente respectivamente.

**4.2.2.10. Generalización de los niveles de pertinencia social de los programas de la radio Ilumán en los cuatro cantones de su cobertura.**

**Tabla 18**

*Niveles de pertinencia social de los cuatro cantones.*

Niveles de difusión y contribución	Criterios de apreciación				
	Altamente	Mediana-mente	Poco	Nada	No contesta
Programas informativos	0,28	0,41	0,18	0,00	0,13
Programas de opinión	0,25	0,42	0,20	0,00	0,13
Programas educativos y culturales	0,22	0,36	0,27	0,00	0,14
Programas de entretenimiento	0,19	0,49	0,17	0,01	0,14
Programas deportivos	0,07	0,22	0,47	0,05	0,19
Cuñas publicitarias	0,31	0,28	0,33	0,03	0,18
Acontecimientos comunitarios inesperados	0,30	0,31	0,20	0,02	0,17
Comportamiento positivo en la audiencia	0,33	0,42	0,10	0,00	0,15
Desarrollo	0,36	0,34	0,13	0,00	0,16

comunitario

<b>Total</b>	<b>2,31</b>	<b>3,26</b>	<b>2,06</b>	<b>0,11</b>	<b>1,38</b>
<b>Promedio</b>	<b>0,26</b>	<b>0,36</b>	<b>0,23</b>	<b>0,01</b>	<b>0,14</b>

**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo

El análisis de la pertinencia social se sustenta en los niveles de opinión por parte de las audiencias en torno a programas de tipo informativos, de opinión, educativas y culturales, de entretenimiento, deportivos, cuñas publicitarias, difusión de acontecimientos comunitarios inesperados, la incidencia positiva de los contenidos en el comportamiento actitudinal de la audiencia y la promoción de procesos de desarrollo comunitario.

Al promediar los niveles de opinión de los anteriores ítems se verifica que un considerable porcentaje de opiniones equivalente al 62%, coincide con los criterios de altamente y medianamente lo que demuestra que los programas y contenidos producidos y difundidos por la radio Ilumán tienen una muy buena aceptación y pertinencia social, a pesar de que estos promedios son disminuidos por los porcentajes de opinión del cantón San Miguel de Urcuquí, que son relativamente bajos dentro de estos dos primeros criterios (altamente y medianamente) de apreciación

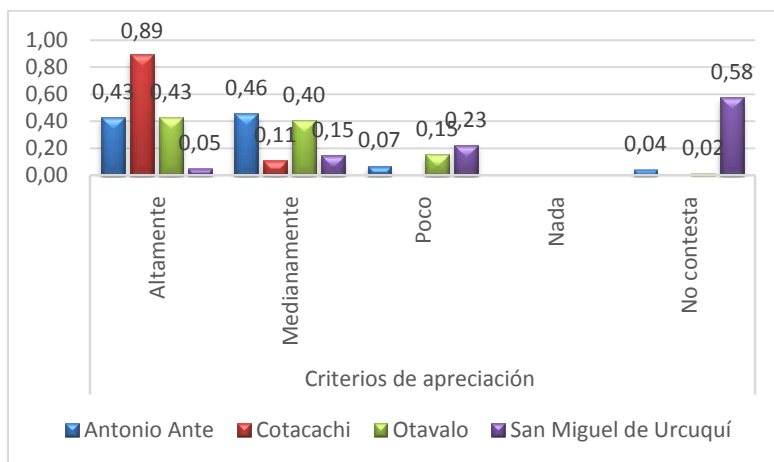


analizados, mientras que en los demás criterios de poco y nada a los que se incluye la de no respuesta, sus porcentajes de opinión son notoriamente superiores con relación a los demás cantones.

### 4.2.3. Veracidad, objetividad y coyunturalidad.

Para el análisis de este indicador se trabajó en base a dos ítems y cuatro criterios de apreciación, mismo que se detallan a continuación.

#### 4.2.3.1. Niveles de credibilidad de la información difundida por la radio Ilumán



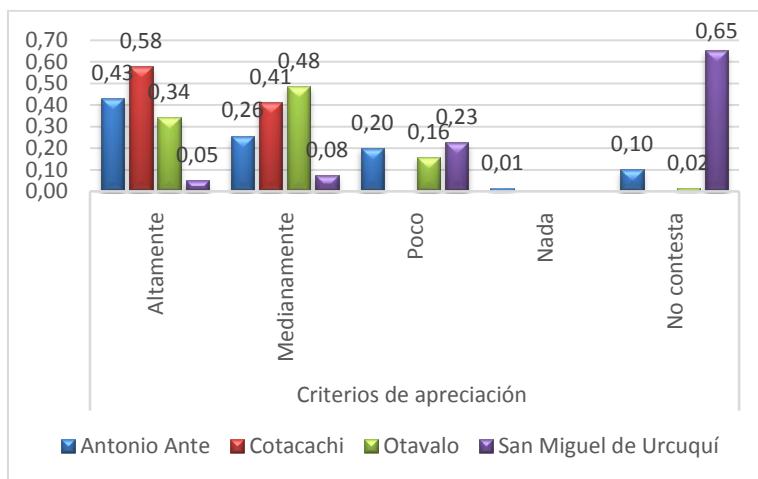
**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 28. Niveles de credibilidad de la información difundida*

El comportamiento de las opiniones de los encuestados en los cuatro cantones, al respecto de la credibilidad de la información que se difunde por la radio Ilumán, demuestra que en el cantón Antonio Ante el 43% consideran que es altamente veraz, el 46% medianamente, el 7% poco y el 4% no contesta; en el cantón Cotacachi el 89% indican que es altamente, y el 11% medianamente; en el cantón Otavalo el 43% altamente, el 40% medianamente, 15% poco, y el 2% no contesta; y en el cantón San Miguel de Urcuquí el 5% señalan altamente, el 15% medianamente, el 23% poco y el 58% no contesta.

Promediando las opiniones de los cuatro cantones de cobertura de la radio, se determina que la mayoría de los encuestados consideran que la información en general difundida por la radio Ilumán es creíble por lo tanto también goza de una muy buena aceptación, sin embargo del porcentaje de opinión equivalente al 27% que concuerda con los criterios de poco, nada y de no respuesta con una predominante afinidad hacia éstos criterios por parte del cantón Urcuquí, hace presumir que la limitada señal con la llega la radio a este cantón, está restando las opiniones positivas hacia la emisora.

#### 4.2.3.2. Niveles de apoyo de la radio a la comprensión de asuntos o temas de interés local y nacional.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 297.* Nivel de apoyo de la radio a la comprensión de asuntos o temas de interés local y nacional

De acuerdo a los datos del gráfico anterior que guardan relación con los niveles de apoyo de los contenidos y programas de la radio a la comprensión de los asuntos o temas de interés local y nacional para sus oyentes, se desprende que en el cantón Antonio Ante el 43% consideran que es altamente, el 26% medianamente, el 20% poco; el 1% nada; y el 10% no contesta; en el cantón Cotacachi el 58% indican que es altamente y el 41% medianamente; en el cantón Otavalo el 34% señala que

es altamente, el 48% medianamente, 16% poco y el 2% no contesta; mientras que en el cantón San Miguel de Urucuí apenas el 5% consideran altamente, el 8% medianamente, el 23% poco y el 65% no contesta.

Los resultados anteriores demuestran que en un promedio de 66%, los contenidos y programas difundidos por la radio sí contribuyen a la comprensión de asuntos o temas de interés locales, nacionales e internacionales tales como los relacionados con acontecimientos o hechos de actualidad.

#### **4.2.3.3. Generalización de los niveles de veracidad, objetividad y coyunturalidad**

**Tabla 19**

*Niveles de Veracidad, objetividad y coyunturalidad.*

<b>Niveles de difusión y contribución</b>	<b>Criterios de apreciación</b>				
	<b>Altamente</b>	<b>Medianamente</b>	<b>Poco</b>	<b>Nada</b>	<b>No contesta</b>
Credibilidad de la información	0,45	0,28	0,11	0,00	0,16

Apoyo a la comprensión a temas de interés.	0,35	0,31	0,15	0,00	0,20
<b>Total</b>	<b>0,80</b>	<b>0,59</b>	<b>0,26</b>	<b>0,00</b>	<b>0,36</b>
<b>Promedio</b>	<b>0,40</b>	<b>0,29</b>	<b>0,13</b>	<b>0,00</b>	<b>0,18</b>

**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

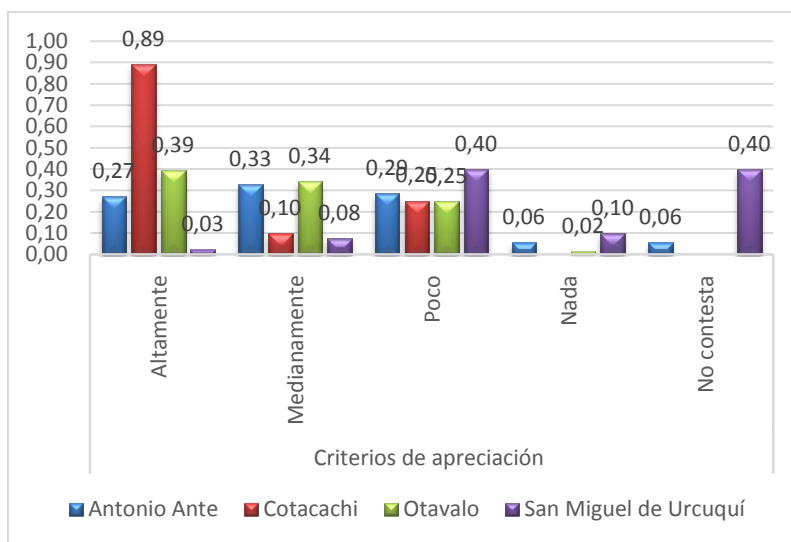
**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo

Promediando los porcentajes de opinión de la credibilidad de la información y del apoyo que brinda a la comprensión de temas de interés, la radio Ilumán a través de sus contenidos y programas se evidencia que un considerable porcentaje del 69%, se alinean con los criterios de altamente y medianamente, esto significa que los contenidos y programas difundidos por la radio, gozan de un muy buen nivel de veracidad, objetividad y coyunturalidad. Sin embargo el porcentaje restante de opiniones que corresponde al 31% invita a ser cuidadosos con el manejo de la información a fin de fortalecer su objetividad y veracidad.

#### **4.2.4. Sostenibilidad social y comunitaria**

Para este criterio se aplicaron dos ítems, las mismas que son analizadas a continuación.

#### 4.2.4.1. Niveles de apropiación y empoderamiento hacia la radio Ilumán.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 30.* Niveles de apropiación y empoderamiento hacia la Radio Ilumán

Con la finalidad de demostrar el nivel de apropiación y empoderamiento por parte de los oyentes hacia la radio Ilumán, mediante la aplicación de las encuestas en sus cuatro cantones de cobertura se encuentra que en el cantón Antonio Ante el 27% de la audiencia encuestada considera que la radio ha logrado un alto nivel de apropiación y empoderamiento, mientras que el 33% considera medianamente, el 29% poco, el 6% nada y el

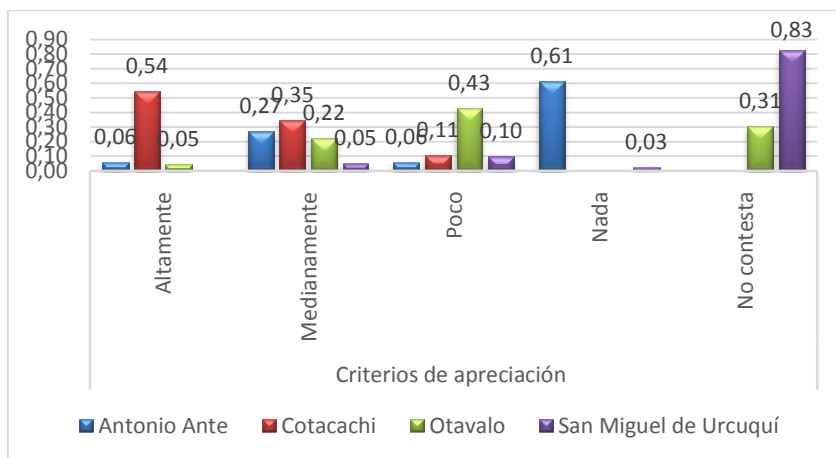
6% no contesta; en el cantón Cotacachi el 89% indican que es altamente, el 10% medianamente y el 25% poco; en el cantón Otavalo el 39% se alinea con el criterio de altamente, el 34% con medianamente, el 25% con poco y el 2% no contesta; y en el cantón San Miguel de Urcuquí el 3% señalan altamente, el 8% medianamente, el 40% poco, y el 40% no contesta.

Pese a la influencia regresiva que marca el cantón Urcuquí en la tendencia del porcentaje promedio de opinión de la audiencia al respecto de los niveles de apropiación y empoderamiento por parte de los oyentes de los cuatro cantones, ésta es representativa que alcanza al 61% sin considerar el 24% de opiniones que también concuerdan que sí existe aunque en poco nivel, una apropiación y empoderamiento. El primer grupo indica que ellos consideran a la radio como si fuese suya y se sienten muy identificados con sus contenidos, programas y más que todo con el idioma, particularidad que le convierte como alguien parte de la familia además que los reporteros y los actores fuente directa de información son miembros de las comunidades. Por esta razón manifiestan que si las circunstancias así lo ameritan,

defenderían comunitariamente a la radio ante cualquier amenaza externa.

Mientras que el segundo grupo encuestado, al ser preguntados, señalan que sienten poca apropiación hacia la radio porque desconocen el manejo y sus procesos técnicos; peso aquello, indican que también de ser necesario defenderían por ser la única emisora que apoya a las comunidades.

#### **4.2.4.2. Niveles de contribución de las últimas normativas nacionales al fortalecimiento de la radio Ilumán**



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016



*Gráfico 31.* Niveles de contribución de las normativas nacionales al fortalecimiento de la radio Ilumán

La percepción de los encuestados de los cuatro cantones en cuanto a la contribución de las últimas normativas nacionales (Ley Orgánica de Comunicación y su reglamento) hacia el fortalecimiento de la radio, indican que el cantón Antonio Ante considera en un 6% que éstas normativas contribuyen altamente, el 27% medianamente, el 6% poco y el 61% nada; mientras que el cantón Cotacachi el 54% indican que es altamente, el 35% medianamente y el 11% poco; en el cantón Otavalo el 5% dicen altamente, el 22% medianamente, 43% poco y el 31% no contesta; por su parte en el cantón San Miguel de Urququí el 5% consideran medianamente, el 10% poco, el 3% nada y el 83% no contesta.

Tomando en cuenta la alta incidencia desmembradora de los resultados del cantón Urququí a los promedios porcentuales, sin embargo se evidencia que un representativo porcentaje del 38% considera que las últimas normativas nacionales sí contribuyen al fortalecimiento de la radio. A este respecto tanto los actores directos de la radio como también los encuestados hacen mención que la Ley Orgánica de Comunicación, en su Art. 36 establece el derecho que

tienen los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes; e inclusive se crea la exigencia para todos los medios de comunicación el producir y difundir contenidos interculturales por un espacio de 5% de su programación diaria. Normativa que legaliza el enfoque programático de la radio Ilumán y abre la posibilidad de seguir innovando y fortaleciendo su programación con identidad y pertinencia cultural.

#### **4.2.4.3. Generalización de los niveles de sostenibilidad social y comunitaria.**

**Tabla 20**

*Niveles de sostenibilidad social y comunitaria.*

<b>Niveles</b>	<b>Criterios de apreciación</b>				
	<b>Altamente</b>	<b>Medianamente</b>	<b>Poco</b>	<b>Nada</b>	<b>No contesta</b>
Apropiación y empoderamiento hacia la radio	0,52	0,26	0,18	0,02	0,02
Contribuyen de las	0,22	0,28	0,20	0,20	0,10

últimas  
normativa  
s  
nacionale  
s al  
fortalecimi  
ento de la  
radio

<b>Total</b>	<b>0,73</b>	<b>0,54</b>	<b>0,38</b>	<b>0,23</b>	<b>0,12</b>
<b>Promedio</b>	<b>0,37</b>	<b>0,27</b>	<b>0,19</b>	<b>0,11</b>	<b>0,06</b>

**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

**Elaborado por:** Elizabeth Chimbo 2016

De los promedios realizados de las opiniones recabadas en los cantones Antonio Ante, Cotacachi y Otavalo a excepción del cantón San Miguel de Urcuquí<sup>15</sup>, se deduce que un considerable porcentaje equivalente al 64%, sin tomar en cuenta el 19% de opiniones relacionadas con el criterio de poco; demuestra que la Radio Ilumán tiene una buena sostenibilidad social y comunitaria; lo que implica, a decir de Gumucio, que esta emisora fomenta la participación de los actores sociales, cuenta con el respaldo de su audiencia desde la perspectiva de cantidad pero también de la calidad de su compromiso,

<sup>15</sup> Se exceptúa los niveles de opinión de este cantón, en razón de que restan notoriamente tanto a los promedios específicos como también al promedio general, más que todo el alto porcentaje de no respuesta.

consecuentemente ha logrado la apropiación y empoderamiento del proceso comunicacional en el contexto de su audiencia.

#### ***4.2.5. Sostenibilidad Económica***

Cabe indicar que la recopilación de la información relacionada con este indicador de sostenibilidad económica no se realizó a través de la aplicación de un instrumento de encuesta en los cuatro cantones (Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo y San Miguel de Urcuquí); sino, mediante un conversatorio personalizado a los mismos encuestados en los anteriores ítems.

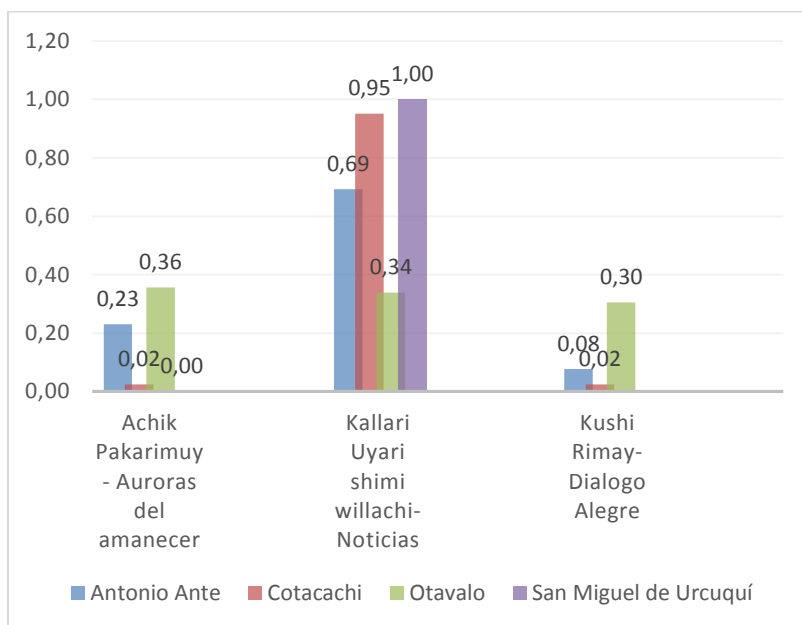
Como resultado de este conversatorio, los entrevistados recomiendan algunas formas en las que podría apoyar la audiencia en la sostenibilidad económica de la radio, entre ellas mencionan la posibilidad de participar pagando entradas o inscripciones módicas en conciertos de música andina, eventos artísticos y culturales comunitarios, concursos de juegos ancestrales y deportivos organizados por la Radio Ilumán; además, mencionan la posibilidad de comprar espacios publicitarios para promocionar: productos agrícolas, pecuarios y artesanales; las celebraciones familiares y comunitarias, entre otros.

Además recomiendan que para mejorar la sostenibilidad económica de la radio, sus promotores deberán gestionar convenios de cooperación técnica y económica con empresas privadas, ONGs, gobiernos seccionales y con otras instituciones que puedan requerir de los servicios de la radio, siempre y cuando éstas no generen conflictos comunitarios, división organizacional, contaminación ambiental, inserción de productos nocivos, entre otros que afecten a la armonio social y al equilibrio ambiental del contexto territorial de la audiencia. Complementariamente recomiendan que la radio Implemente otras iniciativas productivas conexas y afines que sus productos sean comerciables de tal manera que contribuyan a la sostenibilidad económica.

#### ***4.2.6. Sostenibilidad programática***

De la misma forma, a través del conversatorio personalizado se analiza la sostenibilidad programática de la Radio Ilumán, en bases a tres preguntas abiertas relacionadas con los programas más escuchados, sugerencia de nuevos contenidos y programas; y, horarios de escucha, cuyos resultados se desarrollan a continuación:

#### 4.2.6.1. Programas más escuchados por la audiencia de la Radio Ilumán.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 32. Programas más escuchados por la audiencia*

Al ser preguntados, ¿Qué programas de la radio Ilumán son los que usted más escucha?, aparecen tres programas, el *Achik Pakarimuy-Auroras del Amanecer*, el *Shimi Willachik-Noticias* y el *Kushi Rimay-Dialogo Alegre*.

El primer programa tiene relación con la interpretación de los sueños, con las técnicas ancestrales de diagnóstico y

sanación; y, con la narración de mitos, cuentos y leyendas comunitarias.

El segundo programa tiene relación con la información de hechos importantes ocurridos en las comunidades, provincia, país y el mundo; el noticiero de éstos tres últimos ámbitos se realiza a través de un enlace con CORAPE.

El tercer programa corresponde al diálogo directo con profesionales y autodidactas conocedores de temas juveniles, derechos humanos, derechos de la mujer, salud, música andina, entre otras. En el espacio para la música andina, los artistas son invitados para promocionar su experiencia y producción musical.

De la tabulación de las respuestas que tienen que ver con los programas más escuchados se presenta la siguiente tendencia:

El programa Achik Pakarimuy-Auroras del Amanecer, es escuchado en un 23% del total de los entrevistados del Cantón Antonio Ante; en el Cantón Cotacachi es escuchado en un 2% y en el cantón Otavalo el 36%.

El programa Shimi Willachik-Noticias: es escuchado por el 69% de los encuestados en el cantón Antonio Ante; en el

cantón Cotacachi escuchan el 95%; en Otavalo el 34% y en el cantón San Miguel de Urcuquí el 100% de los entrevistados dicen escuchar este programa.

El programa Kushi Rimay-Dialogo Alegre (dialogo con profesionales y artistas invitados), en el cantón Antonio Ante el 8% de los entrevistados afirman escuchar este programa, en el cantón Cotacachi el 2% y en el cantón Otavalo el 30%.

Conforme a los promedios generales de los datos anteriores, se concluye que el 75% de la audiencia entrevistada, escuchan el programa *Shimi Willachik*-noticiero, seguido de un 15% que escuchan el programa *Achik pakarimuy*-auroras del amanecer y el 10% escuchan el programa *Kushi rimay*-diálogo alegre.

De la generalización anterior, se deduce que el programa *Shimi Willachik*-noticiero es el que lidera significativamente la preferencia de sintonía de parte de la audiencia de la Radio Ilumán, lo que implica que éste debe ser potenciado y ampliado con mayor información actualizada posible, para responder a la necesidad de mantenerse informados demostrada por la audiencia.

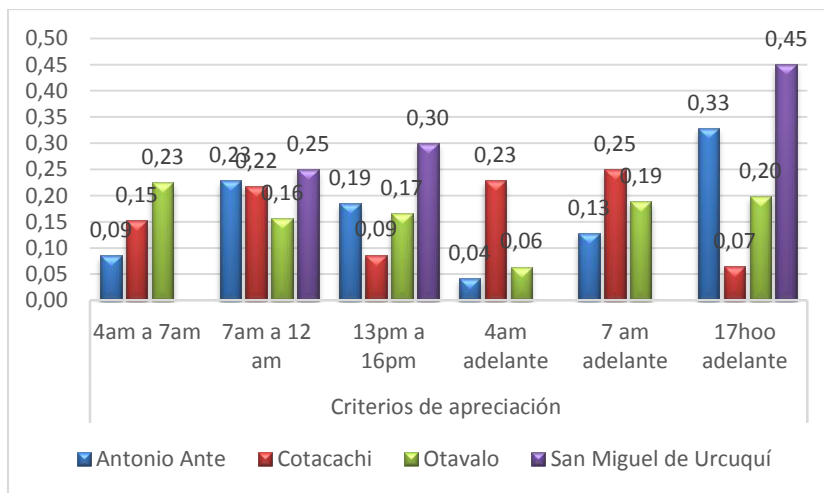


#### ***4.2.6.2. Sugerencias de otros contenidos y de nuevos programas por los oyentes de la Radio Ilumán.***

De las entrevistas mantenidas con la audiencia de los cuatro cantones de la radio Ilumán, con respecto a la pregunta abierta ¿Qué otros contenidos y programas nuevos le gustaría que la radio produzca y difunda?, manifiestan que se debe difundir música de diferentes géneros, crear programas de entretenimiento y humor, programas educativos para niños y niñas, programas que promuevan la revitalización y aprendizaje de costumbres y tradiciones como la preparación de platos típicos; la comprensión y aplicación de calendarios agrofestivos; la realización de rituales para la preparación de la tierra, siembra y para la cosecha; así como también los rituales de matrimonios, funerales, primer corte de cabello de los niños y niñas.

Por otra parte, también recomiendan la implementación de programas educativos principalmente que aborden de manera didáctica y cultural la sexualidad, finalmente sugieren que se amplíe el programa Auroras del amanecer en el segmento de cuentos, mitos y leyendas, lo que ellos llaman ronda de cuentos.

#### 4.2.6.3. Horarios de mayor escucha por la audiencia de la Radio Ilumán.



**Fuente:** Encuesta Audiencias de 4 cantones de la Provincia de Imbabura, junio 2016

*Gráfico 34. Horarios que acostumbra escuchar a la audiencia*

Como promedio general dela tabulación de las respuestas a la pregunta abierta ¿En qué horario generalmente acostumbra escuchar la radio Ilumán?, se determina que el 12% de la audiencia de los cuatro cantones escucha en el horario de 04h00 a 07h00, el 8% de las 4h00 en adelante, el 14% de 07h00 en adelante, el 21% de 07h00 a 12h00, el 18% entre las 13h00 a 16h00 y el 26% desde las 17h00 en adelante.

De lo que se desprende que alrededor del 23% de la audiencia escucha casi toda la programación diaria difundida por la radio, es decir a partir desde las 04h00 hasta las 22h00; mientras que el 47% escuchan alrededor de 5 horas diarias y el 30% sintonizan 4 horas diarias.

El porcentaje de sintonía del programa *Shimi willachik*-noticiero, tabulado a partir de los conversatorios sobre los horarios de mayor sintonía, asciende al 69%; comparando éste porcentaje con los resultados obtenidos de los conversatorios en torno a los programas más escuchados que fue analizado anteriormente y que alcanzó el 75%, se demuestra que efectivamente el programa líder en sintonía es el *Shimi willachik*-noticiero.

## **CAPITULO V**

### **5. Conclusiones y Recomendaciones**

Con la finalidad de dar cumplimiento con los objetivos tanto general como específicos planteados en el presente Cultivo y Crianza de Sabidurías y Conocimientos (CCRISAC), se realizó en un primero momento un conversatorio con los actores principales de la radio tanto promotores, administrativos y corresponsales, sobre la base de preguntas generadoras de los diálogos sistemáticos; en un segundo momento se aplicaron aleatoriamente, encuestas a una muestra de la audiencia de los cantones Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo y San Miguel de Urcuquí, siguiendo un proceso sistemático a fin de analizar de manera comparativa los resultados de opiniones cualitativas y cuantitativas que arrojan los indicadores y dimensiones de las variables de comunicación comunitaria y sostenibilidad económica comunitaria.

De la información recabada en los procesos antes señalados y del análisis cuali-cuantitativo basados en los fundamentos teóricos contemplados en el presente

trabajo se presentan las siguientes conclusiones y recomendaciones:

### **5.1. Conclusiones**

Con la finalidad de dar cumplimiento con los objetivos tanto general como específicos planteados en el presente Cultivo y Crianza de Sabidurías y Conocimientos (CCRISAC), se realizó en un primero momento un conversatorio con los actores principales de la radio tanto promotores, administrativos y corresponsales, sobre la base de preguntas generadoras de los diálogos sistemáticos; en un segundo momento se aplicaron aleatoriamente, encuestas a una muestra de la audiencia de los cantones Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo y San Miguel de Urcuquí, siguiendo un proceso sistemático a fin de analizar de manera comparativa los resultados de opiniones cualitativas y cuantitativas que arrojan los indicadores y dimensiones de las variables de comunicación comunitaria y sostenibilidad económica comunitaria.

De la información recabada en los procesos antes señalados y del análisis cuali-cuantitativo basados en los fundamentos teóricos contemplados en el presente

trabajo se presentan las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- Radio Ilumán, pese a que su campo de difusión lo conforman cuatro cantones de la Provincia de Imbabura, el trabajo que viene desarrollado es altamente referencial; destaca especialmente que la producción es elaborada desde las inquietudes y propuestas de la audiencia, primordialmente agentes organizativos, políticos y comunitarios; un segundo factor es que el desarrollo de la programación mayoritariamente es en idioma propio – el KICHWA, mismo que además es difundido con una lógica reivindicativa y sobre todo educativa, que convoca a oyentes interesados en el tema, sobre todo estudiantes, de tal manera que el programa es escuchado especialmente por jóvenes. Por otro lado, destaca sobremanera que la Radio es la principal promotora del talento artístico y productivo de los habitantes de estas comunidades, ya que realiza eventos culturales de música y danza a en los que participan principalmente los jóvenes, que son los que mayoritariamente se dan cita a los eventos que organiza Radio Ilumán. Son aspectos que hacen

del trabajo de los comunicadores de la radio un referente de radio comunitaria e indígena.

- A luces de la constatación realizada, Radio Ilumán, cumple con la naturaleza de su creación, es decir, ser un medio de comunicación comunitaria, teniendo como misión “Promover y difundir la identidad cultural del pueblo kichwa en la Sierra Norte del Ecuador, contribuyendo a la recuperación y defensa de sus derechos, valores culturales y conocimientos ancestrales, a través del medio de comunicación - Radio Ilumán”; en este sentido, asintiendo lo planteado por Corales y Hernández (2013), al referirse a las características de la misma, su audiencia, más que consumidores de sus productos comunicativos, vienen siendo “prosumidores” –definición propuesta de Alvin Toffler (Islas 2008)-, es decir, es una audiencia movilizada, con una relación horizontal y continua con el medio, ya que en el desarrollo de la programación son a la vez escuchados por los productores, y sus sugerencias son incorporados paulatinamente, lo cual, por ejemplo, ha llevado a crear iniciativas comunicativas como los “Radio Teatro” que han logrado ser pioneras, de gran

sintonía generalizada, producciones que a la vez van siendo solicitadas en otros medios comunicativos, organizaciones e instituciones.

- Destaca también en su origen el ámbito organizativo y político que motivó la creación de Radio Ilumán, ya que partieron del referente de la movilización indígena de 1990, denominada también “Levantamiento del Inti Raymi”, mismo que entre los paquetes reivindicativos fueron los problemas de tierras, la Reforma Agraria no había logrado solucionar el acaparamiento de tierras en manos de pocos, así como la situación de las tierras comunitarias; la reivindicación entono a los problemas de discriminación y reafirmación de la identidad indígena fue adecuadamente asimilada desde la propuesta política de la CONAIE en torno al Proyecto Intercultural, incluida en la Constitución de 1998. En este sentido es plenamente resaltable que los jóvenes indígenas marquen pautas de generación de propuestas visibilizadoras, siendo en este caso la creación de un medio de comunicación desde agentes indígenas, de esta manera su gestión es llevada adelante por la AJKI y la FICI, en un largo y tortuoso camino por conseguir el



permiso de difusión radial, se suman al apoyo importantes figuras nacionales del movimiento indígena que apoyan con su contingente político para su concreción como es la Dra. Nina Pakari, asambleísta Nacional en ese entonces. De esta manera la Radio Iluman se genera para socializar el trabajo organizativo de las comunidades, muchas de ellas aglutinadas en las referidas dos organizaciones de segundo grado y sobre todo impulsar la visibilización como pueblos indígenas para el fortalecimiento de su identidad cultural. Situación que miran positivamente al ser abordados al ser indagados sobre la Pertinencia Social de la Radio Ilumán; más del 60% de oyentes, reafirman que la Radio, efectivamente mediante sus programas de noticias, espacios de opinión, difusión de programas culturales y educativos, logran generar incidencia en diferentes ámbitos sociales, especialmente sectores indígenas, que miran positivamente que voces propias difundan su historia, cultura y trabajo.

- Sobre la audiencia, el 80% pertenecen a la población indígena, siendo la mestiza menos del 20%; estando claro que, si bien están cumpliendo

con la naturaleza de su creación, sin embargo, es importante señalar que soslayan su objetivo en sí, mismo que señala: “Fomentar una política comunicacional que difunda contenidos desde una perspectiva comunitaria e intercultural que visibilicen la diversidad y fortalecimiento del idioma kichwa, a través de la Radio Ilumán 96.7 FM”, ya con concomitante con el señalado porcentaje de audiencia indígena, denota que esta afinidad tiene que ver con el uso del idioma de difusión, esto es el Kichwa, mismo que ronda el 90%. Al respecto, si bien la Visión apunta a: “Ser un medio de comunicación radial Kichwa de calidad con contenidos social, cultural y Educativo, para fortalecer el desarrollo social y comunitario”; sin embargo, lo señalado anteriormente promueve a realizar un trabajo con “perspectiva intercultural”, situación que es convenientemente ahondado en el Art. 5, de su código Deontológico “La estación de la Radio Iluman FM proporciona un servicio público de comunicación a la comunidad en el idioma Kichwa y español, por tanto es necesario que sus empleados conserven la imagen de calidad, el bilingüismo y la honestidad que la estación

necesita para generar confianza en los radioescuchas y la ciudadanía en general”. De esta forma el uso del idioma es uno de los aspectos que tiene que equilibrarse, de tal manera que, sin perder el número de oyentes kichwas, a la vez eleve el porcentaje de oyentes mestizos, y de la misma manera sin que esto tenga que contradecir la naturaleza de su creación.

- Respecto a la aplicabilidad de la comunicación intercultural, si bien Radio Ilumán viene desarrollando un interesante desempeño con el uso del idioma originario, sin embargo, la constatación realizada es que siguen siendo un camino en construcción, toda vez que no depende únicamente de un ejercicio institucional, la aplicación de una adecuada comunicación intercultural no solo tiene que ver con el ejercicio institucional de una emisora, sino del contexto, por un lado del ámbito legal, que cabe destacar que la actual Ley de Comunicación tiene ese carácter, sin embargo en hechos reales, no son apoyadas con adecuadas políticas comunicativas de tal manera que el estado apoye iniciativas de comunicación intercultural comunitarias, toda vez que, como se

ha destacado en la parte teórica del presente estudio, se esperaba bastante de la aplicación de la actual ley, sin embargo, se ha constatado que la misma se ha mantenido en el plano del discurso oficial del gobierno, siendo coercitiva en muchos de los casos, especialmente limitando el ejercicio comunicativo desde el cumplimiento de objetivos comunitarios; tomando como ejemplo, que durante el levantamiento indígena de agosto 2015, muchas radios comunitarias fueron intervenidas por realizar reportajes de la misma.

- Si bien el porcentaje de oyentes de la radio supera el 80% de personas que tienen hasta nivel secundario de estudios, hay una marcada equidistancia entre el gran porcentaje de oyentes que apenas tienen nivel primario y los de nivel superior que apenas representan un 5%, esto es importante determinar a fin de que en la evaluación radial, busquen alternativas de programación a fin de lograr acortar esas distancias frente al nivel de formación, por lo que cabe la demanda de programas diversos y elevando el nivel de profesionalización de los mismos.

- La fidelidad a su compromiso social y cultural destaca también en su resistencia a no convertirse en una radio comercial, siendo notorio el hecho de negarse a recibir propagandas de corporaciones y empresas que con sus productos comerciales atenten a la naturaleza, los derechos a la seguridad y soberanía alimentaria en desmedro de la salud humana, que asegura el Buen Vivir; sin embargo, es notorio la debilidad en el ámbito de la sostenibilidad económica, tiene un porcentaje que apenas supera el 10% de rentabilidad, pero a costa de sacrificar una adecuada remuneración de los técnicos, directivos y profesionales de la planta de trabajo, a costa de minimizar los costos de inversión, lo cual va en desmedro de subir de nivel profesional en general: el personal no trabaja a tiempo completo, no se asegura su permanencia, la capacitación y actualización profesional no es permanente ni riguroso.
- Más del 80% de ingresos que percibe la radio como ingreso es producto de la publicidad radial, el resto de ingresos corresponde por actividades sociales que realiza la Radio, concretamente presentaciones artísticas. Es importante anotar en

esta sección que lo fundamental en las radios comunitarias es el tejido social que va conformando paralelamente a su trabajo, la vinculación de relevantes actores sociales de las mismas comunidades que sintonizan la radio.

- La Radio Ilumán es altamente valorado al ser un promotor de la dinámica social en su zona de influencia, tanto por la referencia de sintonía, como por la confluencia a la misma de actores sociales, que buscan la Radio, en la programación respectiva a fin de lograr un espacio, especialmente en la sección informativa de opinión a fin de poder socializar los logros, dificultades y retos del trabajo que vienen desarrollando en sus comunidades. Siendo éste el aspecto señalado en la indagación teórica que se resalta sobre la naturaleza de las radios comunitarias, esto es que son dinamizadores sociales; de este forma la radio en sí es un medio, no una finalidad, situación marcada en las radios convencionales o comerciales, ya que los mismos orientan el trabajo de comunicación con la finalidad de lograr los mejores niveles de sintonía, sin que la dinamización sociales tenga mayor relevancia.

## **5.2. Recomendaciones**

En base a las conclusiones descritas en el numeral anterior, a continuación se presentan las siguientes recomendaciones:

- Considerando que la potencial y fiel audiencia de la radio Ilumán son las amas de casa, los comerciantes y los agricultores en ese orden de prioridad, mayoritariamente del sector indígena; se hace necesario mejorar la calidad de los programas y contenidos que refuercen la educación familiar y comunitaria, así como también los que dinamicen los procesos de comercialización y producción, de tal manera que incidan de una forma más efectiva en la construcción de una ciudadanía de paz, intercultural, identitaria, productiva y autosostenible en el contexto de la audiencia de la radio.
- A pesar de que se ha verificado que la radio Ilumán cuenta con una muy buena sintonía de parte de su audiencia, cabe responder a sus demandas contemporáneas a través de la innovación o la creación de programas musicales de diferentes géneros, de entretenimiento y humor, educativos

para niños y niñas; programas que promuevan la revitalización y aprendizaje de costumbres y tradiciones; así como también de los conocimientos para la aplicación de calendarios agrofestivos, la comprensión de la importancia de los rituales agroecológicos, entre otros.

- A pesar de que para la mitad de los encuestados de los cuatro cantones, la programación de radio Ilumán es altamente pertinente desde la perspectiva cultural y lingüística, práctica que concuerda con el sentido de la comunicación comunitaria que según Krohling, Tufte & Vega 2011, se sustenta en un enfoque generado desde la interrelación y participación de todos los miembros de un grupo social, propiciando nuevos significados y entendimientos; se hace necesario priorizar los contenidos de nuevos programas a través de diagnósticos participativos especialmente con los grupos de audiencia permanente que son las amas de casa, los comerciales y los agricultores.
- Sobre la base de la pertinencia y aceptación social que tienen los programas de tipo informativos, de



opinión, educativas y culturales, cuñas publicitarias, difusión de acontecimientos comunitarios inesperados, la incidencia positiva de los contenidos en el comportamiento actitudinal de la audiencia y la promoción de procesos de desarrollo comunitario, se hace menester crear e implementar programas de entretenimiento y deportivos, los que según las opiniones de los encuestados son muy limitados, a pesar de una evidente demanda presente en el contexto de la audiencia.

- Ante el considerable porcentaje equivalente al 31% de las opiniones de la audiencia que afirma la existencia de una limitada veracidad, objetividad y coyunturalidad en los contenidos difundidos por la radio Ilumán, resulta necesario la implementación de talleres de capacitación dirigidas para el equipo de reporteros en metodologías que ayuden a garantizar la producción y difusión de información verificada, imparcial, transparente y oportuna.
- Para mantener y elevar el nivel de apropiación y empoderamiento del proceso comunicacional logrado de parte de la audiencia será necesario crear grupos virtuales de reporteros comunitarios

con jóvenes aficionados a la comunicación, debidamente capacitados para la producción y envío de micro reportajes textuales o de audio desde cada contexto local, a través de las redes sociales, sobre los acontecimientos reales de los hechos sociales y culturales comunitarios.

- Diseñar e implementar alguna iniciativa planificada, viable y sostenible, sustentada en las experticias autodidactas, lingüísticas y artísticas teatrales del equipo de la radio; que permita crear productos comunicacionales interculturales, para el consumo interno y para ser ofertados a otras radios en el ámbito nacional, quienes tienen el deber de difundir programas interculturales dando cumplimiento a lo estipulado en la ley de comunicación. Esta iniciativa tendrá la finalidad de generar recursos económicos que contribuyan en el funcionamiento eficiente y en la sostenibilidad económica de la radio en el mediano plazo.

En el capítulo VI se desarrolla una propuesta detallada y para cuya implementación será importante gestionar la consecución de recursos económicos a través de alianzas estratégicas con

organismos de cooperación nacional o internacional.

- Otro aspecto a ser considerado, es la programación e institucionalización prioritariamente de festivales culturales y artísticos, actividad que cumpliría doble propósito: a) promocionar y fortalecer las prácticas y expresiones artísticas y culturales locales; b) la generación de recursos económicos a través del cobro de costos módicos por entradas, que serán destinados para la operación de la radio.
- Los directivos de la Radio Ilumán deberán tomar decisiones concernientes a la bonificación que reciben las personas que colaboran; pues será necesario definir un valor que garantice que las personas continúen en la radio y no se genere cambios permanentes, situación que afecta en la calidad de los productos y servicios que brinda tanto a su audiencia, como a los posibles nuevos clientes que son las emisoras colegas, quienes requieren de productos comunicacionales interculturales.

- La radio Ilumán deberá elaborar un plan de capacitación dirigido a sus colaboradores con el fin de facilitar conocimientos y herramientas que les permita cumplir a cabalidad con sus responsabilidades, garantizando una oferta de calidad en los nuevos productos y servicios, considerando que muchos de ellos no tienen una formación específica en el área comunicacional.
- Los directivos deberá elaborar un plan de inversiones para los próximos años, en donde se señalen tanto los ingresos como sus egresos, con el fin de organizar su administración y consolidar la presencia de la radio Ilumán en el ámbito de su cobertura; y así contribuir de manera adecuada al desarrollo cultural, social, productivo y económico de las comunidades indígenas que comprenden su audiencia.

## **CAPITULO VI**

### **Propuesta del CRISACC**

#### **6. PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS COMUNICACIONALES INTERCULTURALES**

##### **6.1. Fundamentación**

Radio Ilumán, se ha constituido en un medio comunicativo al servicio de los sectores más necesitados de esta región, principalmente dando voz a la población más excluida del Ecuador, como son los indígenas, sin excluir a otros sectores sociales que a la vez también han venido soportando el atropello de los grandes grupos de poder que han cooptado todos poderes de estado, especialmente el poder de la comunicación, a través de los medio privados, que han hecho de la comunicación el emporio de una sola voz al servicio de las potencias de mercado nacional e internacional, a la vez que obnubilando la realidad nacional a gusto e interés de su status social.

Definido a quien llega y con qué llega a la audiencia de la Radio, estamos en la siguiente fase que corresponde al presente trabajo de investigación y como versa el camino seguido, definido como CCRISAC, estamos en la relación

dialogica de cultivar y criar; justamente hemos escuchado a los mayores de las comunidades donde se extiende las ondas radiales de esta emisora, hemos escuchado lo que expresan por este medio, su experiencia, su sabiduría, de la misma manera hemos escuchado a la audiencia general de la radio: madres de familia, jóvenes, agricultores, artesanos, comerciantes; así como a autoridades y técnicos de la radio, que nos han dicho como se definen a la Radio Ilumán en sus 16 años de labor de comunicación comunitaria, el carácter de su programación, los empeños a fin de garantizar la sostenibilidad económica de este medio, sistematizado sus expresiones, vivencias y experiencias en este proceso, hemos sacado los diferentes elementos a fin de tener los insumos para socializar lo experienciado, los significado y resignificado, insumos para el cultivo de estas sabidurías; y siguiendo esta analogía de la chakra corresponde la etapa de crianza,

se entiende como el proceso de ayudar a buscar caminos con pertinencia cultural desde la reciprocidad, complementariedad, la comunitariedad, la promoción y preservación de 'principios y valores' de la vida, a través de la atención cuidadosa; el compartir sabidurías, expresiones, conocimientos y prácticas con el fin de garantizar su reproducción, sistematización y visibilización. (CCRISAC, 2015, p. 7)

Y justamente al referirnos a reciprocidad, la comunidad participante y oyente de la radio están dispuestos a brindar su contingente a fin de que esta iniciativa de comunicación no decline, siga adelante buscando derroteros para afianzar la lucha por los derechos a la libertad de expresión en el mismo nivel que el resto de medio comunicativos; en este estudio, en cifras tenemos que más del 60% de oyentes de la radio mira como altamente pertinente los programas de tipo informativos, de opinión, educativas y culturales, de entretenimiento, deportivos, cuñas publicitarias, difusión de acontecimientos comunitarios inesperados, la incidencia positiva de los contenidos en el comportamiento actitudinal de la audiencia y la promoción de procesos de desarrollo comunitario; así como el 77% de la audiencia considera que la programación de la radio Ilumán tiene suficiente pertinencia cultural y lingüística. Pero también los datos arrojan retos importantes, como el caso que se ratifica que la tendencia mayoritaria de la audiencia de la radio Ilumán se encuentra en el sector indígena que representa el 83,54% de encuestados, sin embargo, que el 16,46% son mestizos, lo cual impele a plantear propuestas que permitan nivelar estas brechas así como,

optimizar los resultados de la programación en general, a fin de nivelar el rango poblacional de audiencia así como lograr metas de sostenibilidad económica de la radio, de esta manera se presente la siguiente propuesta.

## **6.2. La propuesta**

Si bien la radio comunitaria Ilumán cuenta con un proyecto político cultural, comunicacional y organizacional, específicamente carece de un proyecto económico, siendo éste el medio fundamental que permite cumplir satisfactoriamente sus objetivos comunicacionales.

Hasta la actualidad la radio Ilumán se ha sostenido económicamente a base de la venta del servicio publicitario y la organización de festivales culturales como una estrategia principal de financiamiento. Es importante señalar, que el servicio publicitario considera criterios en donde se valora la cultura, la naturaleza, procesos organizativos, sistemas económicos comunitarios, una agricultura agroecológica; esto significa que en la radio no se ha dado paso a propaganda que promueve valores que vayan en contra de la cosmovisión kichwa, por ejemplo no



se promociona productos químicos para la agricultura o no se difunde cierto tipo de música.

Para cubrir las limitaciones económicas se organizan otro tipo de actividades, como los eventos culturales, que son festivales organizados para promocionar música, juegos tradicionales y costumbres del pueblo Kichwa; la elaboración de una revista “Wiñaykawsay”; la elaboración de pequeños proyectos publicitarios.

Sin embargo, los recursos provenientes de estas actividades no son suficientes los costos operativos de la radio; inclusive las personas involucradas en las actividades de la radio reciben una mínima bonificación por las tareas que cumplen; pues su responsabilidad la cumplen como resultado de un compromiso con su comunidad u organización y por una afición personal con la temática.

Los limitados ingresos económicos, que cubren de manera subvencionada ciertos costos de operación, no permiten que la radio pueda con tecnología y equipos actualizados para un mejor funcionamiento.

Si bien, la radio tiene una estructura administrativa conformada por: Director General, Secretario, Tesorero y

los coordinadores de programas; por su carácter de voluntariado, al momento no cuenta con procedimientos y herramientas administrativas y financieras que orienten su gestión.

Por los factores señalados, se considera importante presentar la siguiente propuesta, la misma que busca incrementar sus ingresos económicos en base a la generación de nuevos productos y servicios comunicacionales que los colaboradores de la radio están con la experiencia y capacidad para elaborarlos; de allí que el objetivo de la propuesta es: *“Generar mayores ingresos que garanticen el funcionamiento óptimo de la radio, mediante la producción y comercialización de productos y servicios comunicacionales interculturales para ser difundidos a través de las emisoras.”*

Este objetivo se plantea como pertinente, pues la Ley de Comunicación exige que todas las emisoras del país dediquen un 5% de su programación a programas culturales en idiomas indígenas. Este aspecto se considera una oportunidad para la Radio Ilumán, pues existe una experiencia y conocimientos que permitirá generar productos y servicios que cubran esta demanda latente en el país.

Para lograr este propósito se consideran cuatro objetivos específicos, que están relacionados con: a) Plan de investigación de contenidos de productos; b) la elaboración de nuevos productos y servicios comunicacionales; c) la promoción e implementación de eventos culturales. Objetivos que están considerados en el marco lógico. A continuación se señalan los objetivos específicos:

**OE1.** Implementar un plan de investigación que sustente los contenidos de los productos y eventos culturales que a ser generados por la radio.

**OE2.** Producir nuevos productos comunicacionales interculturales fundamentados en la radioteatro

**OE3.** Programar y realizar eventos artísticos culturales para fortalecer la identidad cultural de las comunidades y generar ingresos económicos para la radio

Para cumplir con los objetivos se plantea un proyecto a ser ejecutado en 12 meses con un monto requerido de US\$ 58.710; donde será importante contar con talento humano de la comunidad que tiene experiencia y conocimiento; y que a la vez significará fortalecer sus capacidades. Así se considera importante contar con

hombres y mujeres que participen tanto en el área de coordinación, administración, investigación, técnica para la elaboración y venta de productos y servicios de la Radio Ilumán; personal que será capacitado en técnicas y herramientas relacionadas con los objetivos del proyecto.

Además, la propuesta considera apoyar con la adquisición de algunos equipos que ayudarán a mejorar su trabajo: 1 computadora, 1 impresora, 1 cámara fotográfica, 3 grabadoras, 3 micrófonos, equipos de amplificación y luces.

A continuación el marco lógico recoge los detalles de la propuesta.

### 6.3. Marco Lógico

	<b>Lógica de intervención</b>	<b>Indicadores Verificables</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
<b>Fin</b>	Mantener la cosmovisión y principios de la radio comunitaria administrada por las organizaciones indígenas.	# de radios en el país de carácter comunitario intercultural	Reporte de la SECOM	La política pública nacional favorece el funcionamiento de radios comunitarias a través de procesos de licitación periódicos.
<b>Propósito</b>	Generar mayores ingresos que garanticen el funcionamiento óptimo de la radio,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Total de Ingresos trimestrales</li> <li>• # de productos y servicios comunicacio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Balances financieros</li> <li>• Reportes periódicos elaborados por los responsables</li> </ul>	Hay una demanda externa desde las emisoras y organizaciones por productos y servicios

	<b>Lógica de intervención</b>	<b>Indicadores Verificables</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
	mediante la producción y comercialización de productos y servicios comunicacionales interculturales para ser difundidos a través de las emisoras.	nales comercializados / # de productos y servicios comunicacionales elaborados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facturación</li> </ul>	comunicacionales interculturales.
<b>Objetivos específicos</b>	<b>OE1.</b> Implementar un plan de investigación que sustente los contenidos	# de eventos culturales realizados	Contratos con organizaciones y comunidades	Hay una demanda externa por eventos culturales

	<b>Lógica de intervención</b>	<b>Indicadores Verificables</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
	de los productos y eventos culturales que a ser generados por la radio.			
	<b>OE2.</b> Producir nuevos productos comunicacionales interculturales fundamentados en la	<ul style="list-style-type: none"> <li>• # de productos y servicios comunicacionales elaborados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de productos y servicios</li> <li>• Reportes trimestrales</li> </ul>	Hay una demanda externa desde las emisoras y organizaciones por productos y servicios comunicacionales interculturales.

	<b>Lógica de intervención</b>	<b>Indicadores Verificables</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
	radioteatro.			
	<b>OE3.</b> Programar y realizar eventos artísticos culturales para fortalecer la identidad cultural de las comunidades y generar ingresos económicos para la radio	# de investigaciones realizadas	Reportes de investigación	Las comunidades y personas colaboran en la realización de las investigaciones.
<b>Actividades</b>	<b>AOE1.1</b> Selección de personal para	Para la ejecución de las actividades del proyecto se considera los siguientes medios:		El compromiso de las organizaciones



	<b>Lógica de intervención</b>	<b>Indicadores Verificables</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
	<p>la realización de las investigaciones.</p> <p><b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación.</p> <p><b>AOE1.3</b> Investigación en los temas prioritizados.</p> <p><b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.</p>	<p><b>Recursos humanos:</b> 1 Coordinador general (12 meses), 1 responsable administrativo a medio tiempo (12 meses); 1 técnico en comunicación (12 meses), 2 técnicos para eventos (9 meses c/u); 5 técnicos para elaboración de productos (6 meses c/u); 3 técnicos para investigación (3 meses c/u).</p> <p><b>Transporte:</b> Costos para el traslado de los responsables de la radio para cumplir las diferentes actividades; y, transporte terrestre para realizar la investigación (3 meses).</p> <p><b>Equipos y materiales:</b> Grabadora (1), Cámara fotográfica</p>		<p>vinculadas con la radio se mantiene y sus bases apoyan para las diferentes actividades que se realizan.</p> <p>Por otro lado, la política pública que regula la radiofonía del país mantiene sus directrices.</p>
	<b>AOE2.1</b>			

	<b>Lógica de intervención</b>	<b>Indicadores Verificables</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
	<p>Diagnóstico de los posibles demandantes y temáticas de productos y servicios comunicacionales interculturales.</p> <p><b>AOE2.2</b> Elaboración del plan de producción de productos y servicios comunicacionales interculturales.</p> <p><b>AOE2.3</b> Capacitación</p>	<p>(1), impresora (1), computadora (1), parlantes (1 kit), micrófonos (3), juego de luces (1), fungibles (12 meses).</p> <p><b>Oficina:</b> Gastos de luz, teléfono, internet, agua (12 meses).</p> <p><b>Otros servicios:</b> Evaluación del proyecto (1 evaluación al final de proyecto).</p> <p><b>Otros:</b> Dos eventos de capacitación: 1 en radioteatro, en metodología para la investigación.</p> <p><b>Presupuesto:</b> Recursos Humanos: 39.600</p>		

	Lógica de intervención	Indicadores Verificables	Medios de verificación	Supuestos
	<p>de las personas a participar en la elaboración de productos y servicios comunicacionales interculturales.</p> <p><b>AOE2.4</b> Elaboración de productos y servicios comunicacionales.</p> <p><b>AOE2.5</b> Elaboración y puesta en marcha de la campaña de</p>	<p>Viajes: 2.400</p> <p>Equipos y materiales: 9.050</p> <p>Oficina: 2.160</p> <p>Otros servicios: 3.500</p> <p>Otros: 2.000</p> <p>Total costos directos: 58.710 US\$</p>		

	<b>Lógica de intervención</b>	<b>Indicadores Verificables</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
	<p>promoción y comercialización de los productos y servicios comunicacionales.</p> <p><b>AOE2.6</b> Diseño de un espacio en la web institucional para promocionar y comercializar los productos y servicios comunicacionales.</p> <p><b>AOE2.7</b></p>			

	<b>Lógica de intervención</b>	<b>Indicadores Verificables</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
	<p>Análisis de costos y rentabilidad de productos y servicios</p> <p><b>AOE3.1</b> Elaboración de la propuesta de eventos culturales</p> <p><b>AOE3.2</b> Comercialización de los eventos culturales</p> <p><b>AOE3.3</b> Realización de los eventos culturales</p>			

	<b>Lógica de intervención</b>	<b>Indicadores Verificables</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>

#### 6.4. Cronograma de actividades

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
<b>AOE2.1</b> Diagnóstico de los posibles													Coordinador



Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas prioritizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
demandantes y temáticas de productos y													

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
servicios comunicacionales interculturales.													

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
<b>AOE2.2</b> Elaboración del plan de producción													Coordinador

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
de productos y servicios comunicacionales													

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
interculturales.													
<b>AOE2.3</b> Capacitación de las													Coordinador

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
personas a participar en la elaboración de													

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
productos y servicios comunicacionales													

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
interculturales.													
<b>AOE2.4</b> Elaboración de													Técnico



Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
productos y servicios comunicacionales.													

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
<b>AOE2.5</b> Diseño de un espacio en la web institucional													Técnico comunicación

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
para promocionar y comercializar los productos y													

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
servicios comunicacionales.													
<b>AOE2.6</b> Análisis de													Coordinador y

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
costos y rentabilidad de productos y													Coord. Ad.

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
servicios													
<b>AOE3.1</b> Elaboración de la													Coord. Ad.

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
propuesta de eventos culturales													
<b>AOE3.2</b>													Técnico

Actividades	Cronograma en meses												Responsable
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AOE1.1</b> Selección de personal para la realización de las investigaciones.													Coordinador y Coord. Ad.
<b>AOE1.2</b> Capacitación a las personas responsables de la investigación													Coordinador
<b>AOE1.3</b> Investigación en los temas priorizados.													Técnicos
<b>AOE1.4</b> Elaboración de los reportes de investigación.													Técnicos
Comercialización de los eventos culturales													



## 6.5. Presupuesto

Rubro	Cant.	Meses	Costo Unit.	Costo Total
<b>1. Recursos Humanos</b>				
Coordinador General	1	12	600	7,200
Responsable Administrativo	1	12	400	4,800
Responsable área investigación	3	3	400	3,600
Técnicos para elaboración productos	5	6	400	12,000
Técnicos para eventos	2	9	400	7,200
Técnico en comunicación	1	12	400	4,800
Total:				39,600
<b>2. Viajes</b>				
Terrestre investigación	1	3	400	1,200
Terrestre	1	12	100	1,200
Total:				2,400
<b>3. Equipos y materiales</b>				
grabadora	1	3	100	300
Cámara	1	1	1300	1,300
impresora	1	1	250	250
computadora	1	1	1500	1,500
Parlantes	1	1	5000	5,000
Micrófonos	1	1	500	500

<b>Rubro</b>	<b>Cant.</b>	<b>Meses</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>Costo Total</b>
Luces	1	1	100	100
Fungibles	1	1	100	100
Total:				9,050
<b>4. Oficina</b>				
luz	1	12	40	480
teléfono	1	12	100	1,200
internet	1	12	30	360
agua	1	12	10	120
Total:				2,160
<b>5. Otros Servicios</b>				-
Evaluación del proyecto	1	1	3500	3,500
Total:				3,500
<b>6. Otros</b>				
Capacitador en radioteatro	1	1	1000	1,000
Capacitador en investigaciones	1	1	1000	1,000
Total:				2,000
<b>Gran Total (Costos directos):</b>				58,710

## 6.6. Criterios para la evaluación

La Radio Ilumán cada año realiza la evaluación de su gestión y programación de manera participativa; esto es, define un día y un espacio específico para que la

audiencia se comunique y de su opinión sobre el funcionamiento, la programación, la actitud de los responsables de los programas. Luego, realiza un análisis interno de los resultados y finalmente define los ajustes necesarios para mejorar su gestión en general.

Esta práctica se mantendrá y se aprovechará para evaluar los resultados del proyecto. Esto significa que además de los resultados obtenidos en el programa radial, con el apoyo externo se realizará una serie de entrevistas y conversatorios con diferentes grupos de audiencias y actores vinculados a la Radio.

Esta evaluación tendrá como objetivo principal revisar los resultados obtenidos, la calidad de la gestión, identificar los nudos críticos. Los resultados serán considerados como insumos para un ejercicio de aprendizaje interno y la definición de una estrategia de mejoramiento.

Tanto, los resultados de la evaluación como la estrategia de mejoramiento serán compartidos con la audiencia de la Radio Ilumán a través de un espacio radial con este propósito específico.

## FUENTES

### Bibliográficas:

Borden Jorge A. y Stone Jhon D., 1982. *La comunicación humana: el proceso de interrelación*. Editorial El Ateneo.

Botey, J. (1996) "*Una aproximació a la interculturalitat*", dCIDOB, 56:4-5.

Carrión G. Hugo, *Rádios comunitarias. Situación en el Ecuador 2007*. Red Infodesarrollo. Quito, Ecuador 2007

Conejo M., Yamberla J. y Cachiguango I. 1999. *Los kichwa-otavalo: economía e identidad. Productores artesanales y comerciantes de Otavalo*. En Doce experiencias de desarrollo indígena en América Latina. T. Carrasco, D. Iturralde, y J. Uquillas. 2003. Quito Ecuador.

Corrales García, F. y Hernández Flores, H., 2013. *Medios de comunicación comunitarios*. En Revista Razón y Palabra, N. 70. México.

Chen, G.-M. y Starosta, W.J. 1996 "*Intercultural Communication Competence: A Synthesis*", en Burelson B.R. y Kunkel A.W. (eds.) *Communication Yearbook* 19. Londres: Sage, pp.353-3

- Freire, Paulo. 1987. *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. Siglo Veintiuno Editores. D.F., México
- Gumucio, Dagron, A. y Tufte T. 2008. *Antología de la comunicación para el cambio social. Lecturas históricas y contemporáneas*. South Orange: Consorcio de comunicación para el cambio social.
- Kaplún, Mario. 1998. *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre. Madrid, España
- López, Luis Enrique (2001). “*La cuestión de la interculturalidad y la educación latinoamericana*” Séptima reunión del Comité Regional Intergubernamental del Proyecto Principal de Educación en América Latina y el Caribe. UNESCO. Documento de apoyo.
- López V. José Ignacio (2004). *Ciudadana Radio, el poder del periodismo de intermediación*. Lima: Línea y Punto SAC.
- Ordóñez Carpentier, Angélica, 2008. *Migración transnacional de los kichwa otavalo y la fiesta del Pawkar Raymi*, Quito – Ecuador
- Plurinacionalidad. 2011. Consejo de Desarrollo de las Nacionales y Pueblos del Ecuador, CODENPE. Quito, Ecuador
- Prieto Daniel. 1999. *Las experiencias del CIESPAL en los años 90*, Revista Chasqui, Quito, 1999

Proyecto Político de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador. Consejo de Gobierno. En CONAIE, 2012

Rizo García, Marta, 2007. *Comunicación e interculturalidad. Reflexiones en torno a una relación indisoluble*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Monterrey, México.

Sánchez Miguel, Griselda. 2011. *Aire, no te vendas: La lucha por el Territorio desde las ondas*. México

Todorov, Tzvetan, 1988. "El cruzamiento entre culturas", en Todorov T. et al. *Cruce de culturas y mestizaje cultural*. Madrid: Júcar.

Toffler Alvin. 1981. *La tercera ola*. México: Edivisión.

Vargas P. 2014. *La interculturalidad imposible. Relaciones entre el proyecto educativo indígena del Estado ecuatoriano. El caso de la Universidad Intercultural Amawtay Wasi*. Tesis de maestría. Quito, Ecuador.

Walsh Catherine. *Interculturalidad y plurinacionalidad elementos para el debate constituyente*, Revista Yachaykuna No. 8, Publicación ICCI, Abril del 2008

Weber, E. (1996) "La interculturalitat comença per un mateix", dCIDOB, 56:20-22.

## **Fuentes Web:**

ALER. (05 de 07 de 2016). *ALER*. Obtenido de ALER:  
<http://www.aler.org/>

Alsina R. Miquel. 1996. *Elementos para una comunicación intercultural*. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Recuperado el 12 de marzo de 2016, de [http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/Elementos\\_para\\_una\\_comunicacion\\_intercultural.pdf?revision\\_id=62839&package\\_id=33823](http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/Elementos_para_una_comunicacion_intercultural.pdf?revision_id=62839&package_id=33823)

Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas. 2007. Naciones Unidas. Recuperado el 4 de abril de 2016 en [http://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/DRI\\_PS\\_es.pdf](http://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/DRI_PS_es.pdf)

Flores Córdoba Milton César, 2006. *La influencia de las radios comunitarias: caso radio Ayabaca*. Tesis de pregrado en Comunicación. Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Piura, Perú. Recuperado el 2 de mayo de 2016 en [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1721/INF\\_178.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1721/INF_178.pdf?sequence=1)

Galán, Montesdeoca, Jorge. *Los medios comunitarios, un reto para la comunicación en el Ecuador*. En <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/11017>, Ecuador, 2015

Gehrke Mirjam, Lizarazo Nelsy, Noboa Patricia, Olmos David, Pieper Oliver, 2016. *Panorama de los medios en Ecuador*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015 en

<http://www.dw.com/downloads/30336831/panorama-de-los-medios-en-ecuador-pdf.pdf>

Gumucio, Dagron, A. y Tufte T. *Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios* (online). 2006. Recuperado el 28 de marzo de 2016 en [www.comunica.org/onda\\_rural/docs/gumucio](http://www.comunica.org/onda_rural/docs/gumucio)

Herrera Miller, Karina. 2005. *Las radios mineras en Bolivia hoy. Mirada diagnóstica a la génesis de la comunicación popular y democrática*. Recuperado el 24 de marzo de 2016 en [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762005000200006](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762005000200006)

Ley Orgánica de Comunicación. 2013. Recuperado el 23 de febrero de 2016 en [http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley\\_organica\\_comunicacion.pdf](http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf)

López V. José Ignacio 2005. *Manual urgente para radialistas apasionados*. Recuperado el 12 de abril de 2016 de [https://radialistas.net/media/uploads/descargas/manual\\_urgente\\_radialistas\\_-\\_jose\\_ignacio\\_lopez\\_vigil.pdf](https://radialistas.net/media/uploads/descargas/manual_urgente_radialistas_-_jose_ignacio_lopez_vigil.pdf)

Manifiesto 3er Encuentro Nacional de Comunicación Comunitaria Palabra Libre, 2016. CONAIE. Recuperado el 10 de diciembre de 2016, de <https://CONAIE.org/2016/11/17/manifiesto-del-3er-encuentro-nacional-de-comunicacion-comunitaria-ecuador/>



Media Radio. (s.f.). *Media Radio* . Obtenido de  
Programación radiofónica:  
<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque6/glosario.html>

Nacionalidades y Pueblos del Ecuador, 2013. Recuperado  
el 20 de mayo de 2016 en  
<http://gruposetnicosecu.blogspot.com.co/2013/04/otavalo.html>

Primeros medios comunitarios en Ecuador, 2011.  
Recuperado el 12 de marzo de 2016 de  
<https://tucomunidadinfo.wordpress.com/2011/07/22/primeros-medios-comunitarios-en-ecuador/>

*Proyección de un programa de radio*. (s.f.). Recuperado el  
27 de 10 de 2015, de  
[http://www.avvcanillejas.org/docs/PROYECCION\\_DE\\_UN\\_PROGRAMA\\_DE\\_RADIO.pdf](http://www.avvcanillejas.org/docs/PROYECCION_DE_UN_PROGRAMA_DE_RADIO.pdf)

Qué es la CONAIE? 2014, recuperado el 10 de noviembre  
de 2015 de  
<https://CONAIE.org/2014/07/19/que-es-la-CONAIE-2/>

¿Quiénes somos? 2015. CORAPE Coordinadora de  
Medios Comunitarios Populares y Educativos del  
Ecuador. Recuperado el 10 de mayo de 2016 en  
<http://www.corape.org.ec/quienes-somos/>

Reyero Fernández M. 2012. *La senda de la palabra Comunitaria en América Latina. Experiencias de comunicación popular y radio comunitaria*. Instituto

de Estudios Políticos de América Latina – Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 20 de mayo de 2016 en <https://www.cesag.org/ghcs/tempsdecomunicar/?p=318>

Sostenibilidad económica, 2013. Recuperado el 15 de diciembre de 2016 de <https://radioformateca.wordpress.com/2013/11/05/sostenibilidad-economica-cara-y-senal-revista-de-la-asociacion-mundial-de-radios-comunitarias-america-latina-y-caribe-amarc-alc-seccion-gestion-radios-comunitarias-organizacion/>

### **Fuentes Vivas:**

CAIZA, Antonio. Funcionario Radio Iluman, (06 de 06 de 2016). (E. Chimbo , Entrevistador)

DÍAZ, Gonzalo. Funcionario Radio Iluman , (06 de 06 de 2016). (E. Chimbo, Entrevistador)

GUAJÁN, Wilmer. Funcionario Radio Iluman, (06 de 06 de 2016). (E. Chimbo, Entrevistador)

OTAVALO , Janeth. Funcionario Radio Iluman, (06 de 06 de 2016). (E. Chimbo , Entrevistador)

OYAGATA, Xavier. Director Radio Ilumán, (06 de 06 de 2016). (E. Chimbo, Entrevistador)

PERUGACHI, Rodrigo. Director Radio Ilumán, (06 de 06 de 2016). (E. Chimbo, Entrevistador)

YAMBERLA, Luis. Director Radio Ilumán, (06 de 06 de 2016). (E. Chimbo, Entrevistador)

## Glosario

<b><i>Achik Pakarimuy</i></b> Amanecer	Auroras del
<b><i>Ayllu Llaktapak Shimi</i></b> comunidad o la voz de	La palabra de la  la comunidad
<b><i>Ayllus</i></b>	Familias
<b><i>Hampikunamanta</i></b> Ancestral	Medicina
<b><i>Inti Raymi</i></b>	Fiesta del Sol
<b><i>Kapak Ñan</i></b>	El gran camino
<b><i>Kichwa shimita yachakushun</i></b> idioma kichwa	Aprendizaje del
<b><i>Kushi Rimay</i></b> artistas	Dialogo con
<b><i>Muskuykunamanta</i></b> sueños	Significado de los
<b><i>Ñawparimaykunamanta</i></b> leyendas	Mitos, cuentos y
<b><i>Puchukay uyarishimi Willachik</i></b>	Noticiero
<b><i>Raymikuna</i></b>	Fiestas

<b><i>Runa llaktapakshimi</i></b>	La palabra de la
comunidad	
<b><i>Runa shimita yachakuy</i></b>	Aprendamos
nuestro idioma	
<b><i>Tukuykuna tukuykunapak-willachita</i></b>	Avisos de todos
para todos	
<b><i>TushunaTakikuna</i></b>	Música Nacional
<b><i>Wiñay kawsay</i></b>	Cultura milenaria
o vida infinita	

## Anexos

### 7. Anexo 1. Preguntas generadoras para el conversatorio

Indicadores	Ítems
4.2.1 Formas de Pre-producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo se determina la necesidad de producir tal o cual programa?</li> <li>• ¿De qué manera participan las comunidades en la planificación de los programas y en la elaboración de guiones?</li> <li>• ¿Qué formato radial es el más utilizado en la producción de programas? (Entrevista, reportaje, radionovela, sketch cómicos, otros) y ¿de qué manera se elige el más adecuado?</li> </ul>
4.2.2. Formas de Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿En qué escenarios y de quiénes se recopila la información para los programas?</li> <li>• ¿Cuál es el idioma predominante que se utiliza en los programas radiales?</li> <li>• ¿Cuáles son los grupos etarios (jóvenes, adultos y adultos mayores) que participan con más frecuencia en los programas? y ¿de qué manera se garantiza la equidad de género?</li> </ul>
4.2.3 Formas de Post-producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son los criterios de <b>comunicación comunitaria</b> que deben ser considerados durante la edición del programa?</li> <li>• ¿Qué programas transmitidos consideran que tienen el carácter comunitario? Y ¿Por qué?</li> </ul>
4.3.1 Pertinencia cultural y lingüística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué programas producidos y difundidos por la radio consideran que tienen mayor aceptación en las comunidades indígenas? y ¿Por qué?</li> <li>• ¿En qué medida se ha logrado difundir contenidos que reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de las comunidades indígenas de cobertura de la radio? (Art. 36, 2do párrafo)</li> <li>• ¿De qué manera contribuyen los programas radiales a la <b>autodeterminación</b> de las comunidades indígenas y a cultivar el amor</li> </ul>

Indicadores	Ítems
	<p>hacia la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes propios?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué contenidos y programas son producidos y difundidos en el idioma <i>kichwa</i>? y ¿qué nivel de aceptación consideran que alcanzan en las comunidades rurales y urbanas?</li> </ul>
4.3.2 Pertinencia social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles es la contribución o cambios de comportamiento que han generado los programas radiales en el ámbito social de toda la audiencia?</li> <li>• ¿A cuál de los siguientes <b>ámbitos</b>: informativos; de opinión; formativos/educativos/culturales; de entretenimiento; deportivos y, publicitarios, están orientados mayormente los programas radiales? (Art. 60 numerales 1 al 6)</li> <li>• ¿De qué manera contribuyen los programas radiales en el desarrollo comunitario?</li> </ul>
Veracidad, objetividad y coyuntural (oportuna) de los contenidos y programas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera se verifica, comprueba y contrasta la información y contenidos de un programa radial?</li> <li>• ¿De qué manera los programas radiales, contribuyen a la comprensión colectiva de los acontecimientos y hechos políticos coyunturales de la localidad y del país?</li> </ul>
Sostenibilidad social y comunitaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué nivel de apropiación y empoderamiento hacia la radio se evidencia por parte de las comunidades urbanas?</li> <li>• ¿Qué nivel de apropiación y empoderamiento hacia la radio se evidencia por parte de las comunidades indígenas?</li> <li>• ¿De qué manera contribuyen las últimas regulaciones nacionales a la sostenibilidad social y comunitaria o a su debilitamiento?</li> <li>• ¿De qué manera se podría fortalecer la <b>sostenibilidad social y comunitaria</b> de la Radio?</li> </ul>
Sostenibilidad Económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera contribuyen las últimas regulaciones nacionales a la sostenibilidad económica o a su debilitamiento?</li> </ul>

Indicadores	Ítems
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De dónde provienen los ingresos para la <b>sostenibilidad económica</b> de la radio? (Estado, Comunidad, publicidad, Proyectos, Entidades de cooperación, otros).</li> <li>• ¿Cuál es el promedio mensual de ingresos generados por la radio?</li> <li>• ¿A cuánto asciende el gasto mensual en personal, servicios básicos, producción por programas, materiales de oficina, otros?</li> <li>• ¿De qué manera se podría fortalecer la sostenibilidad económica de la Radio?</li> </ul>



## 8. Anexo 2. Encuesta

Fecha de aplicación de la encuesta		Día:		Mes:		Año:	
<b>DATOS DEL ENCUESTADO:</b>							
Espacio de concurrencia (Escribir nombre del espacio)							
¿Usted escucha la radio Ilumán?		SI NO	¿Además, qué otras radios escucha?				
Lugar de residencia			Sexo		Identidad:	Occupación	Nivel de estudio
Comunidad	Parroquia	Cantón	Edad	Masculino	Femenino	Pueblo/mestizo	
Indicadores e ítems			Criterios de apreciación				Observación
			Mucho	Mediana-mente	Poco	Nada	
<b>Pertinencia cultural y lingüística</b>							
¿Qué nivel de participación de actores comunitarios se escucha en los programas de la							
¿Qué nivel de difusión de las prácticas y saberes comunitarios considera que existe en los							
¿Cuánto apoyan los programas de la radio en el fortalecimiento de su identidad cultural?							
¿Cuánto de los programas radiales se difunden en idioma kichwa?							
<b>Pertinencia social</b>							
¿En qué medida se difunden programas informativos?							
¿En qué medida se difunden programas de opinión?							
¿En qué medida se difunden programas educativos y culturales?							
¿En qué medida se difunden programas de entretenimiento?							
¿En qué medida se difunden programas deportivos?							
¿En qué medida se difunden cuñas comerciales publicitarias?							
¿En qué medida la radio ayuda a difundir acontecimientos comunitarios inesperados? (robo,							
¿Cuánto contribuyen los programas en el cambio de comportamiento positivo de la audiencia?							
¿En qué medida apoyan los programas radiales en el desarrollo comunitario? (promoción de la producción,							
<b>Veracidad, objetividad y coyuntural (oportuna)</b>							
¿Cuánta credibilidad tiene la información difundida por la radio?							
¿En qué medida ayuda la radio a la comprensión de asuntos o temas de interés local y nacional?							
<b>Sostenibilidad social y comunitaria</b>							
¿Qué nivel de apropiación y empoderamiento considera que tienen los oyentes hacia la radio?							
¿En qué medida contribuyen las últimas normativas nacionales al fortalecimiento de la							
<b>Sostenibilidad programática</b>							
¿Qué programas difundidos por la radio Ilumán son los que usted más escucha? (nombres de							
¿Qué otros contenidos o programas nuevos le gustaría que la radio Ilumán produzca y difunda?							
¿En qué horario generalmente acostumbra escuchar la radio Ilumán?							
Nota: En caso que no concuerde con ningún criterio equivale a una apreciación en blanco							

## 9. Anexo 3. Aval Radio Ilumán



*"Shuklla shimipi tantanakushka  
La voz intercultural"*

Ilumán, 30 de agosto del año colonial 2016

SEÑORES:  
**Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense  
– URACCAN**  
Presente.

De mi consideración:

La Radio Ilumán se complace en extender el **aval**: a la solicitud de la Ingeniera Maribel Elizabeth Chimbo, quien ha realizado su investigación titulada **"La Comunicación Intercultural y su Incidencia en la Sostenibilidad Económica de la Radio Ilumán"**, para obtener el título de magíster en Comunicación Intercultural con enfoque de Género, tal trabajo lo ha venido desarrollando desde el mes de enero hasta agosto 2016, en coordinación con los que estamos al frente de esta institución.

Además de cumplir con el presente requisito académico, dicho trabajo contribuirá al proceso comunicativo en beneficio de la nuestra institución y de las comunidades de cobertura de la Radio Ilumán.

Por la Atención que se digne dar al presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Sr. Rodrigo Perugachi  
**DIRECTOR GENERAL RADIO ILUMÁN**

